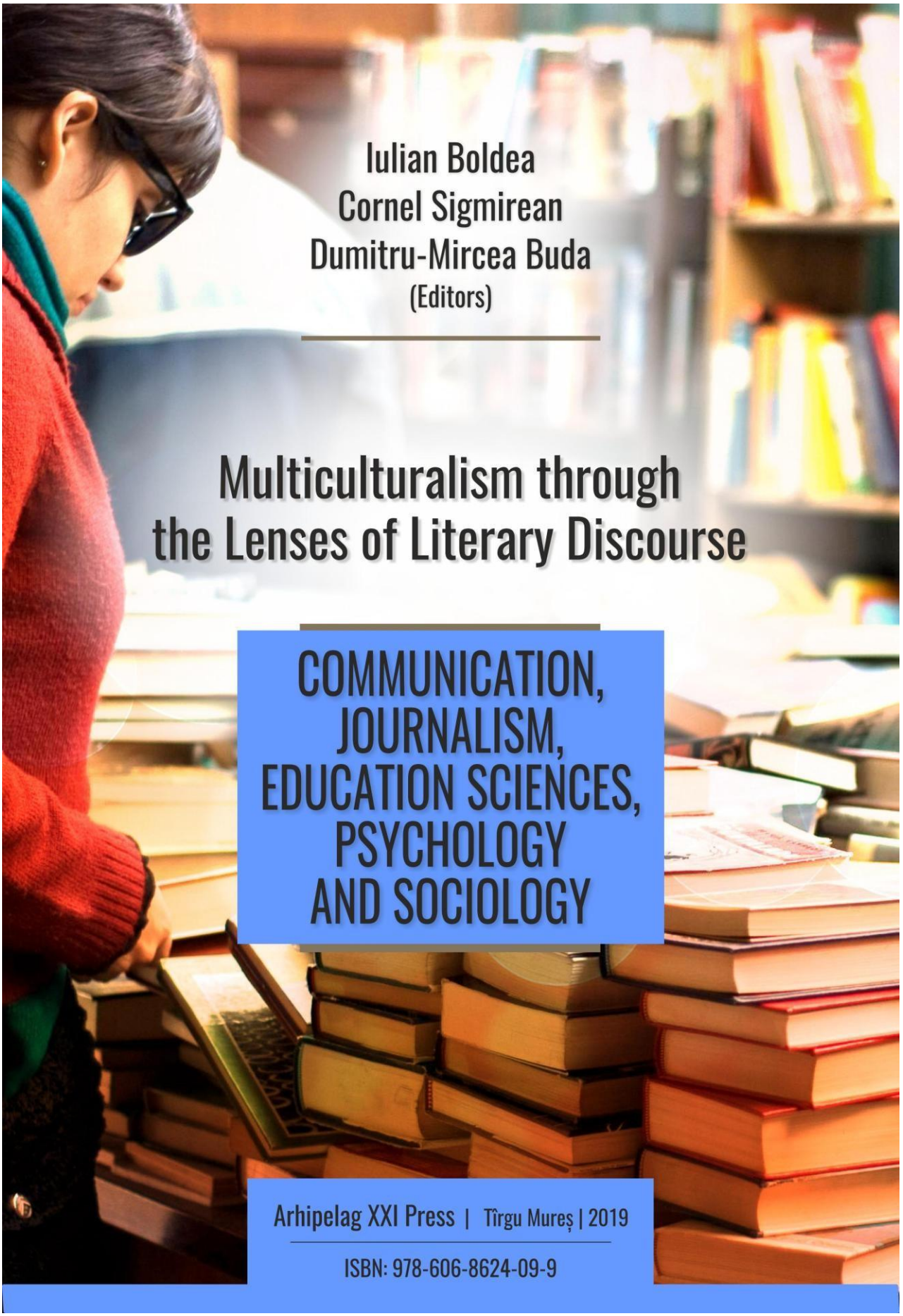


Iulian Boldea
Cornel Sigmirean
Dumitru-Mircea Buda
(Editors)

Multiculturalism through the Lenses of Literary Discourse

COMMUNICATION, JOURNALISM, EDUCATION SCIENCES, PSYCHOLOGY AND SOCIOLOGY

Arhipelag XXI Press | Tîrgu Mureș | 2019

ISBN: 978-606-8624-09-9

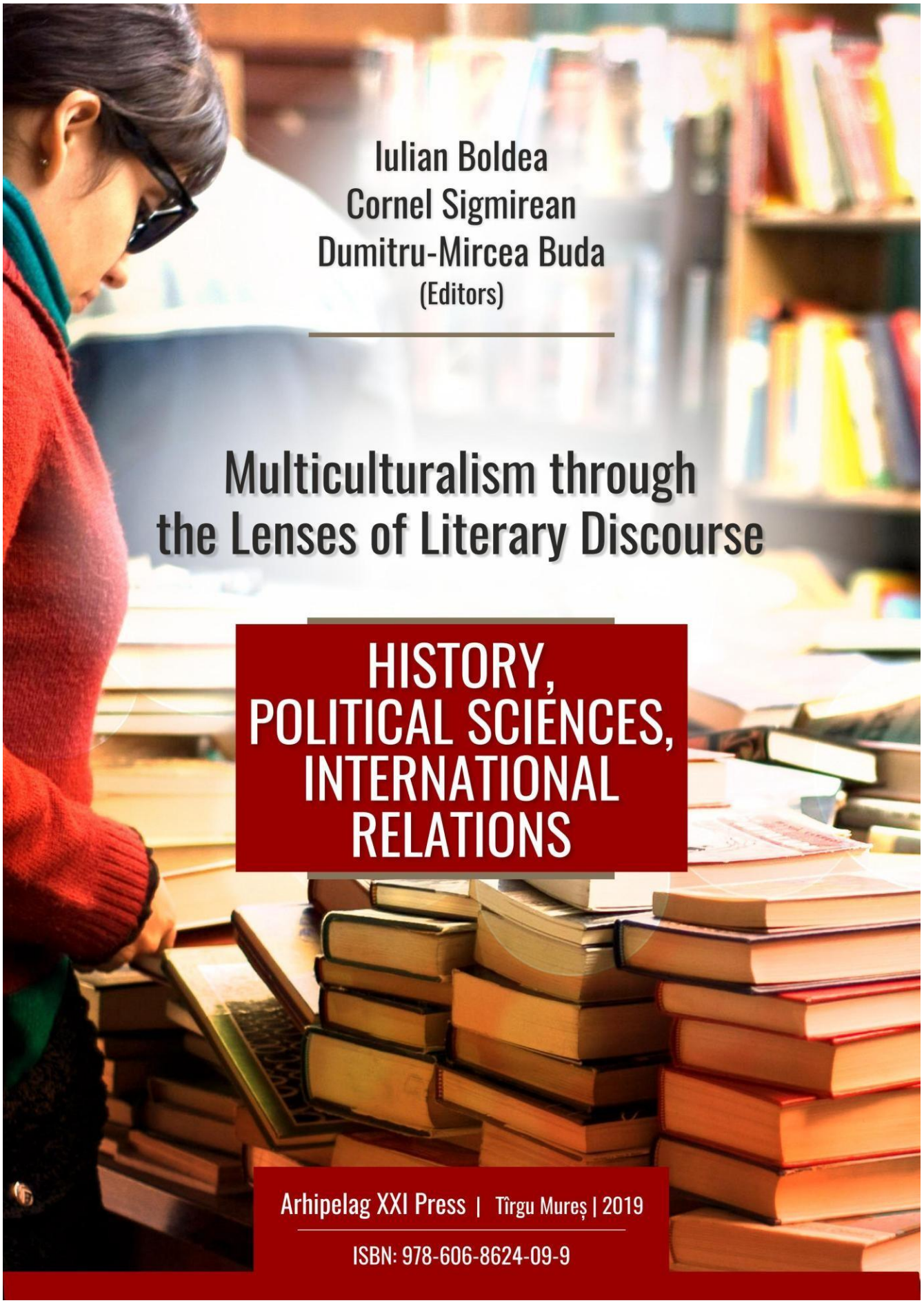
MULTICULTURALISM THROUGH THE LENSES OF LITERARY DISCOURSE
Section: Communication, Journalism, Education Sciences, Psychology and Sociology

ISBN: 978-606-8624-09-9

Date: 7-8 December 2019

Location: „DIMITRIE CANTEMIR" University, Tîrgu Mureș

Edited by:
The Alpha Institute for Multicultural Studies
Moldovei Street, 8
540522, Tîrgu Mureș, România
Tel./fax: +40-744-511546
Email: iulian.boldea@gmail.com
Published by:
"Arhipelag XXI" Press, Tîrgu Mureş, 2019
Tîrgu Mureş, România
Email: tehnoredactare.ldmd@gmail.com



Iulian Boldea
Cornel Sigmirean
Dumitru-Mircea Buda
(Editors)

Multiculturalism through the Lenses of Literary Discourse

HISTORY, POLITICAL SCIENCES, INTERNATIONAL RELATIONS

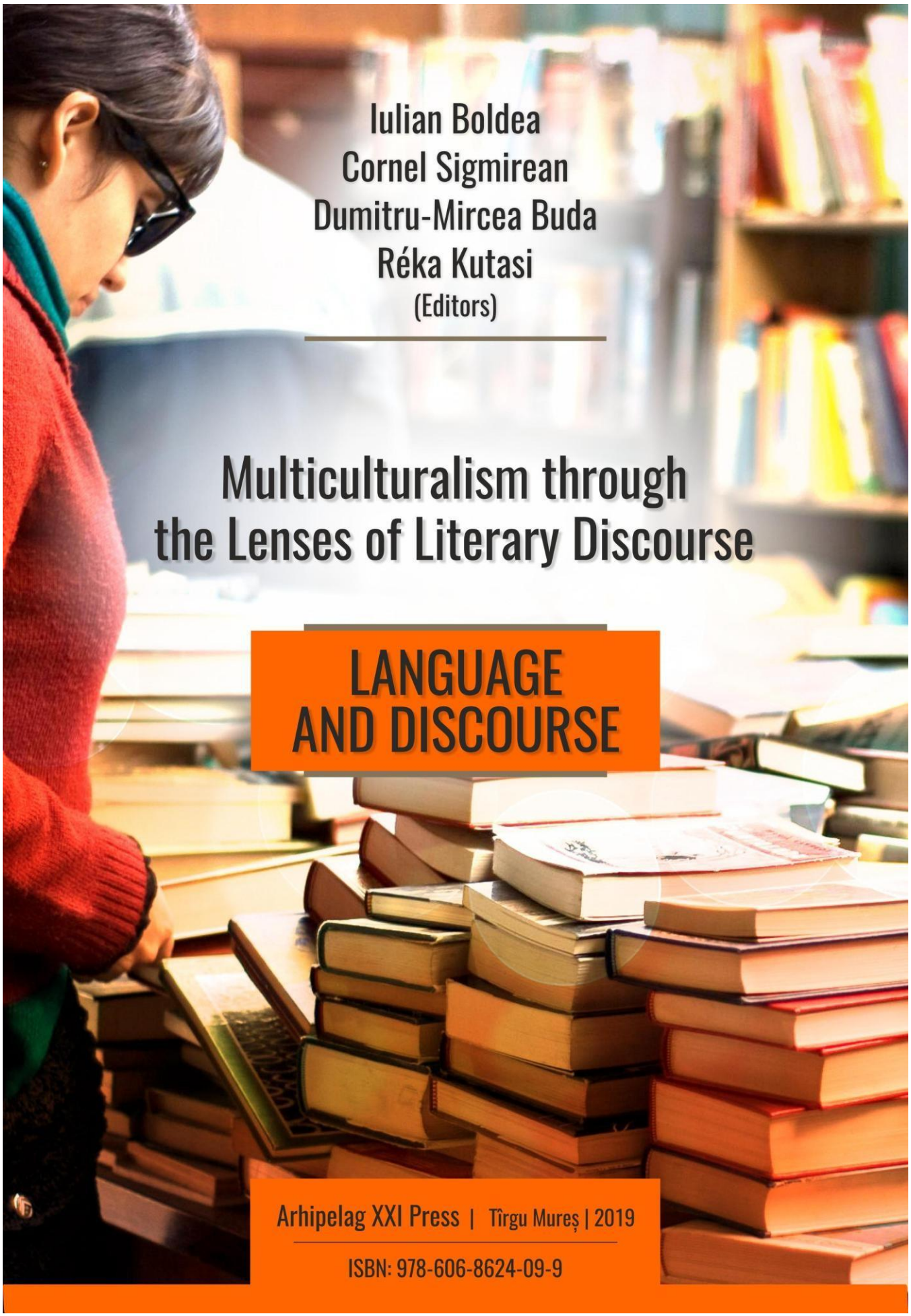
Arhipelag XXI Press | Tîrgu Mureș | 2019

ISBN: 978-606-8624-09-9

MULTICULTURALISM THROUGH THE LENSES OF LITERARY DISCOURSE
Section: History, Political Sciences, International Relations

ISBN: 978-606-8624-09-9

Edited by:
The Alpha Institute for Multicultural Studies
Moldovei Street, 8
540522, Tîrgu Mureș, România
Tel./fax: +40-744-511546
Email: iulian.boldea@gmail.com
Published by:
"Arhipelag XXI" Press, Tîrgu Mureş, 2019
Tîrgu Mureş, România
Email: tehnoredactare.ldmd@gmail.com



Iulian Boldea
Cornel Sigmirean
Dumitru-Mircea Buda
Réka Kutasi
(Editors)

Multiculturalism through the Lenses of Literary Discourse

LANGUAGE AND DISCOURSE

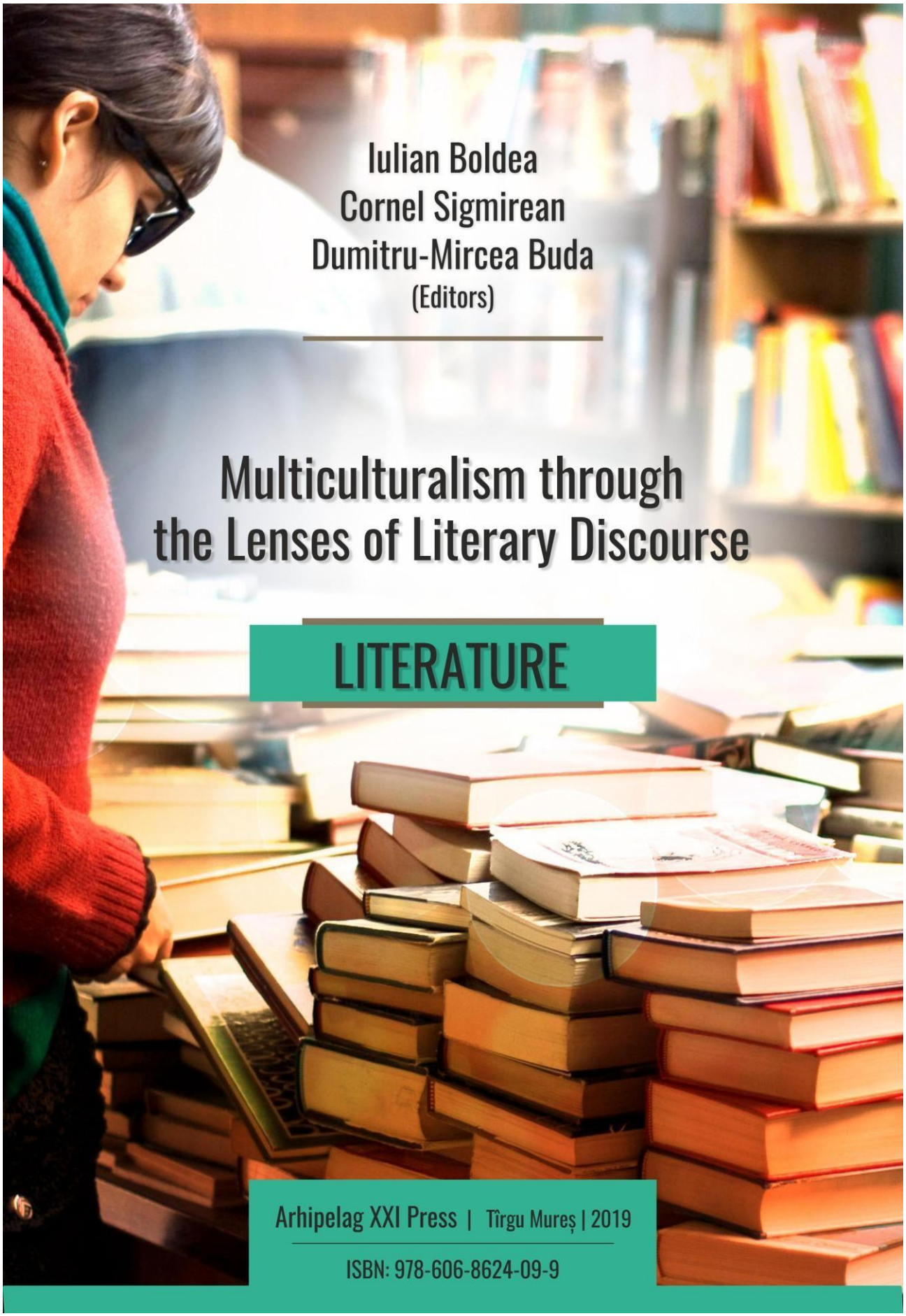
Arhipelag XXI Press | Tîrgu Mureș | 2019

ISBN: 978-606-8624-09-9

MULTICULTURALISM THROUGH THE LENSES OF LITERARY DISCOURSE
Section: Language and Discourse

ISBN: 978-606-8624-09-9

Edited by:
The Alpha Institute for Multicultural Studies
Moldovei Street, 8
540522, Tîrgu Mureș, România
Tel./fax: +40-744-511546
Email: iulian.boldea@gmail.com
Published by:
"Arhipelag XXI" Press, Tîrgu Mureş, 2019
Tîrgu Mureş, România
Email: tehnoredactare.ldmd@gmail.com



Iulian Boldea
Cornel Sigmirean
Dumitru-Mircea Buda
(Editors)

Multiculturalism through the Lenses of Literary Discourse

LITERATURE

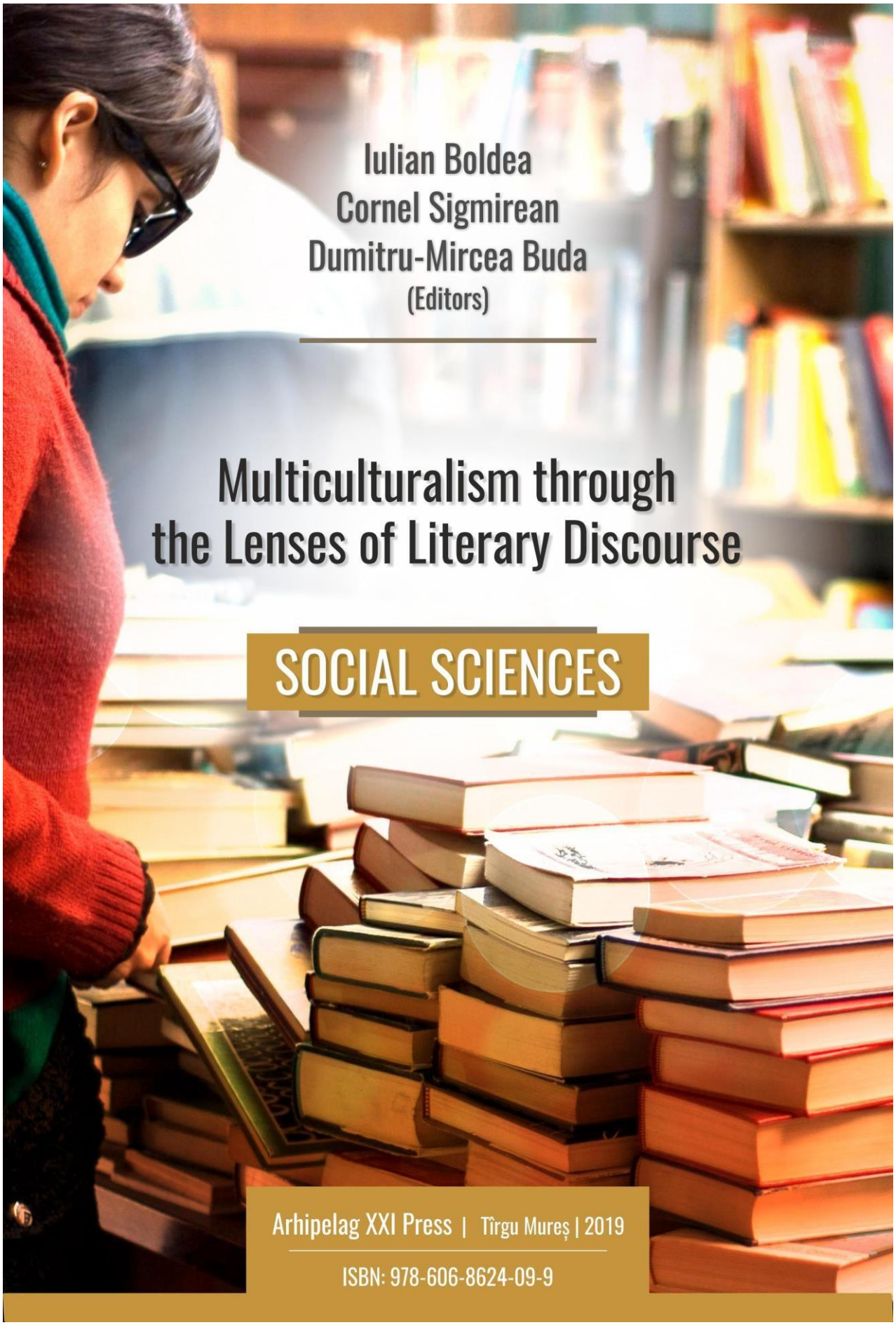
Arhipelag XXI Press | Tîrgu Mureș | 2019

ISBN: 978-606-8624-09-9

MULTICULTURALISM THROUGH THE LENSES OF LITERARY DISCOURSE
Section: Literature

ISBN: 978-606-8624-09-9

Edited by:
The Alpha Institute for Multicultural Studies
Moldovei Street, 8
540522, Tîrgu Mureș, România
Tel./fax: +40-744-511546
Email: iulian.boldea@gmail.com
Published by:
"Arhipelag XXI" Press, Tîrgu Mureş, 2019
Tîrgu Mureş, România
Email: tehnoredactare.ldmd@gmail.com



Iulian Boldea
Cornel Sigmirean
Dumitru-Mircea Buda
(Editors)

Multiculturalism through the Lenses of Literary Discourse

SOCIAL SCIENCES

Arhipelag XXI Press | Târgu Mureș | 2019

ISBN: 978-606-8624-09-9

MULTICULTURALISM THROUGH THE LENSES OF LITERARY DISCOURSE
Section: Language and Discourse

Date: 7-8 December 2019

Location: „DIMITRIE CANTEMIR" University, Tîrgu Mureș

ISBN: 978-606-8624-09-9

Edited by:
The Alpha Institute for Multicultural Studies
Moldovei Street, 8
540522, Tîrgu Mureș, România
Tel./fax: +40-744-511546
Email: iulian.boldea@gmail.com
Published by:
"Arhipelag XXI" Press, Tîrgu Mureş, 2019
Tîrgu Mureş, România
Email: tehnoredactare.ldmd@gmail.com

Contents

OPINIONS ABOUT LEADERSHIP SKILLS - COMMUNICATION COMPETENCE

Maria-Ana Georgescu

Prof., PhD, UMFST Târgu Mureș 7

DEMOCRACY AS A CONCEPT OF UNIVERSAL ANALYSIS

Arina Modrea and Norina Orha

Assoc. Prof., PhD, UMFST Târgu Mureș, M.A Student, „Johann Wolfgang Goethe" University, Frankfurt A.M., Germany 15

STUDY ON THE CONCEPT APPOINTED „THE ORGANIZATIONAL CULTURE'' OF AN INSTITUTION

Arina Modrea and Camelia Fărcaș

Assoc. Prof., PhD, UMFST Târgu Mureș, „Tiberiu Popoviciu" High School of Cluj-Napoca 27

INTERDISCIPLINARITY AND CULTURAL ISSUES IN TEACHING ESP TODAY

Laura Ioana Leon

Assoc. Prof., PhD, "Grigore T. Popa" University of Medicine and Pharmacy, Iași 36

TRANSLATION, COMMUNICATION, LEARNING AND TEACHING ROMANIAN LANGUAGE AND CULTURE TO THE FOREIGN STUDENTS IN THE DIGITAL AGE

Luiza Marinescu

Assoc. Prof., PhD, "Spiru Haret" University of Bucharest 41

PERSONAL DEVELOPMENT BY INCREASING THE EMOTIONAL EXPRESSIVENESS (TOWARDS RECOGNITION AND RESPECT)

Corina Zagaievschi

Assoc. Prof., PhD, "Ion Creangă" University of Chișinău, Moldova 52

STEAM- A MODERN INTERDISCIPLINARY APPROACH IN PRE-UNIVERSITY EDUCATION

Doina David

Assoc. Prof., PhD, "Dimitrie Cantemir" University of Târgu Mureș 57

EMOTIONAL INTELLIGENCE IN PUBLIC RELATIONS ACTIVITY

Luminița Crăciun

Assoc. Prof., PhD, "Carol I" National Defense University, București 66

THE DYNAMICS OF THE ROMANIAN JOURNALISTIC LANGUAGE NOWADAYS: NORMATIVE GRAMMAR RULES

Mihaela Mureșan

Assoc. Prof., PhD, "Babeș-Bolyai" University of Cluj-Napoca 71

CREATIVITY: VALUING THE CORELATIVE ENTITIES IN EDUCATION

Nelu Vicol, Lilia Voloh

Assoc. Prof. PhD., Institute of Education Sciences, Teacher, Ecology College, Chișinău, Republica Moldova 76

CENTRAL PUBLIC ADMINISTRATION AND SOCIAL MEDIA.- AN ANALYSIS OF ONLINE INTERACTIONS AND STRATEGIC COMMUNICATION

Maria Magdalena Popescu

Assoc. Prof., PhD, ”Carol I” National Defence University 81

THE THEATER - AS METHOD OF TEACHING IN THE DIDACTIC APPROACH AND RESOURCE OF CREATIVITY DEVELOPMENT

Karla Melinda Barth and Nicoleta Ramona Ciobanu

Assoc. Prof., PhD, University of Oradea, Lecturer, PhD, University of Oradea 91

ELEMENTS OF TRANSACTIONAL PSYCHOLOGY IN COMMERCIAL NEGOTIATIONS

Angela Bogluț

Assoc. Prof., PhD, ”Vasile Goldiş” University of Arad 98

"VOTE FOR ME!" - THE IMPACT OF THE SLOGANS IN THE ELECTORAL CAMPAIGN FOR PRESIDENTIAL ELECTIONS 2019

Cristian Măduță

Lecturer, PhD, ”Aurel Vlaicu” University of Arad 105

THE JOURNALIST AS A WRITER (OR ON THE EPOCH WHEN THE LITERARY HISTORIANS WERE CALLED TO STUDY THE JOURNALISTIC WRITING)

Fănel Teodoraşcu

Senior lecturer, PhD, “Danubius” University of Galaţi 112

SPORTS AND LITERATURE, ALLEGORIES OF LIFE (AN INTERDISCIPLINARY APPROACH)

Denisa Elena Petrehuş

Lecturer, PhD, "Babeş-Bolyai” University of Cluj-Napoca.....121

ANALYSIS OF DRUG USE AMONG ADOLESCENTS IN THE CITY OF BAIA MARE

Adriana Florentina Călăuz, Lecturer, PhD, Technical University of Cluj-Napoca, University Center of Baia Mare

Romana Oneț, Lecturer PhD, Technical University of Cluj-Napoca- Baia Mare Northern University Center 127

THE ROLE OF SKILLS IN FOREIGN LANGUAGE LEARNING AND IN LEARNING ACTING. READING AND WRITING

Lucreția-Dorina Loghin

Lecturer, PhD, ”Babeş-Bolyai” University of Cluj-Napoca.....139

MEDIA EDUCATION AND ITS AVATARS IN THE AGE OF DIGITAL DISRUPTION

Viorel Nistor

Lecturer, PhD, ”Babeş-Bolyai” University of Cluj-Napoca.....157

ON THE COMMUNICATION BETWEEN A COACH AND HIS ATHLETES

Dan Mihai Rohozneanu

Lecturer, PhD, Eftimie Murgu University of Reşița.....165

THE IMPORTANCE OF VIRTUAL SPACE ADDICTION IN CHILDREN’S BEHAVIOUR DEVELOPMENT

Diana Chisalita

Lecturer, PhD, "Vasile Goldiș" Western University of Arad.....172

MULTICULTURAL GROUP TEACHING – ROMANIAN AS A FOREIGN LANGUAGE A CASE STUDY

Silvana Diana Stoica

Lecturer, PhD, Politehnica University of Bucharest 177

WAR WITHOUT FIGHT. ROMANIA AND THE NEW CONCEPT OF ORIGINAL DEMOCRACY

Adrian Păcurar and Lia Lucia Epure

Lecturer, PhD, Assist., Prof., PhD, „Vasile Goldiș" Western University of Arad, Romania 180

ESP TEACHING AND THE CONUNDRUMS OF GAMIFICATION-LEARNING MOTIVATION AT CROSSROADS BETWEEN REWARD AND COMPETITION

Ioana Mudure-Iacob

Assist., PhD, "Babeş-Bolyai" University of Cluj-Napoca 185

THE EDUCATION CONCEPT. TRANSMISSION OF THIS CONCEPT TO CONTEMPORARY STUDENTS

Constantin Cătălin Pascariu

Assist., PhD, University of Oradea 190

G.G ANTONESCU AND THE ACTUALITY OF THE FORMATIVE-ORGANICIST PEDAGOGY

Ionela Brinza

PhD, "Ion Creangă" Pedagogical State University of Chișinău 197

ABSTINENT ALCOOHOLICS' TRUST IN THEIR OWN SOCIAL RELATIONSHIPS

Mihók-Géczi Iános-Mátyás-Tamás

PhD, University of Oradea 202

DEVELOPMENTS AND TRENDS IN MEDIA COMMUNICATION. MEDIA CONSUMPTION IN ROMANIA

Eugen-Adrian Cojocariu

PhD Student, "Babeș-Bolyai" University of Cluj-Napoca 209

INTERNATIONAL RADIO BROADCASTING IN THE DIGITAL ERA - THEORETICAL CONSIDERATIONS

Eugen-Adrian Cojocariu

PhD Student, "Babeș-Bolyai" University of Cluj-Napoca 222

THE MEANINGS OF CULTURAL BRANDS. CASE STUDY-THE ROMANIAN THEATRE 236

Roxana-Simona Poclid

PhD Student, "Al. Ioan Cuza" University of Iași 236

THE APPRECIATIVE INQUIRY IN EDUCATIONAL SYSTEM. A NEW APPROACH IN IMPROVING THE WELL-BEING OF VULNERABLE STUDENTS

Alexandra Galbin

PhD, "Al Ioan Cuza" University of Iași 243

MODALITIES OF LEARNING ENGLISH THROUGH EXTRACURRICULAR ACTIVITIES

Gabriela Buruiană

PhD Student, State University of Moldova 246

NEW INFORMATIONAL TECHNOLOGIES IN THE TEACHING-EDUCATIONAL PROCESS WITHIN SECONDARY SCHOOLS

Gabriela Buruiană

PhD Student, State University of Moldova 250

TRANSPARENCY AND POROSITY IN ONLINE PUBLIC RELATIONS

Radu Adrian Ciora

PhD Student, ”Lucian Blaga” University of Sibiu 255

THE CONCEPTUAL FRAMEWORK OF LIFELONG LEARNING IN THE LEARNING SOCIETY

Ina Ionașcu

PhD Student, Moldova State University 260

REASONS FOR USING INFORMATIC TEACHING MEANS FOR TECHNOLOGICAL VOCATIONAL EDUCATION

Lucica Croitoru

PhD Student 267

THE INDUSTRY OF DIGITAL RADIO – A CASE STUDY: RADIO DIGITALIZATION IN NORWAY

Camelia-Alexandra Boierean

PhD Student, ”Babeș-Bolyai” University of Cluj-Napoca 271

AN APPROACH TO TEACHING THE INDICATIVE MOOD

Daniela-Elena Duralia

Assist., PhD, ”Nicolae Bălcescu” Land Forces Academy.....279

SACRUM VS. PROFANUM: OPPORTUNITIES AND THREATS IN THE CHURCH-MEDIA RELATIONSHIP

Terézia Rončáková

PhD., Faculty of Arts and Letters, Catholic University in Ružomberok, Slovakia.....283

ȘTEFAN BÂRSĂNESCU – REPREZENTANT EMINENT AL PEDAGOGIEI CULTURII

Simona-Andreea Șova

PhD. Student, ”Ion Creangă” University of Chișinău 298

SUCCESS & FAILURE FACTORS IN START-UP PROMOTION AND FIRM CREATION SUPPORT FOR ENTREPRENEURSHIP OF IVET STUDENTS IN ROMANIA

Micu Gheorghe

PhD Student, "Ion Creangă" University of Chișinău 306

OPINIONS ABOUT LEADERSHIP SKILLS - COMMUNICATION COMPETENCE

Maria-Ana Georgescu
Prof., PhD, UMFST Târgu Mureș

Abstract: The present paper focuses on the perception of some employees on the most appreciated competences of a leader. The results of the case study carried out at a unit of the Romanian Commercial Bank, Mureș County Branch are analyzed, as this company is one with many employees, with a pyramid structure, based on subordinates and leaders.
The proposed objectives are: to highlight the qualities that a leader must possess in the opinion of the employees;to find out if the communication ability is considered by them among the essential benchmarks for the efficiency of the leadership;to compare the order of importance of features appreciated by local employees to a leader with the hierarchy of features in the literature in the field. The method used in this study is the questionnaire-based survey.
From the results of the study we conclude that the primary feeling induced by a leader is to be trusted, and his most appreciated qualities, from the perspective of the employees, are the character traits, namely sincerity and integrity. Among the most appreciated skills of a leader, the employees placed the adaptability first. The competence of communication was not considered a fundamental one, but it is one of the important aspects in the leadership. Finally, we express the view that among the basic skills of a leader, good communication competence is a way to successfully perform the act of leadership.

Keywords: Leader, employees, opinions, skills, communication.

1. Introducere

În literatura de specialitate referitoare la lidership, o preocupare majoră privește cele mai importante competențe de conducere. Vom aduce în discuție atât puncte de vedere exprimate de persoane cu experiență în conducere, cât și puncte de vedere ale unor cercetători în domeniu.

Un studiu organizațional efectuat pe 195 de subiecți, importanți lideri în diverse companii, din cadrul a 30 de firme activând în 15 țări, a permis pe baza analizei răspunsurilor lor gruparea câtorva abilități importante în cinci direcții esențiale (Giles, 2016). Astfel, un lider eficient este acela care:

- Demonstrează o etică puternică și oferă un sentiment de siguranță, de încredere,
- Abilitează pe angajați să se autoorganizeze,
- Cultivă un sentiment de conexiune și de apartenență,
- Dovedește deschidere la idei noi și stimulează învățarea organizațională,
- Încurajează dezvoltarea personală.

In cadrul acestei ierarhii de abilități, a fost menționată de două ori competența de comunicare, ca o condiție de posibilitate spre atingerea aspectelor enumerate. Mai precis, 56% din subiecți au răspuns ca un lider comunică în mod clar așteptările, iar 42% că un lider comunică deseori și în mod deschis.

Cercetătorii in domeniul lidershipului consideră că o comunicare eficientă și precisă acționează ca un factor important pentru dezvoltarea ca lider, sau ca manager eficient. Comunicarea eficientă este cea care-i face pe lideri aibă succes în conducere (Luthra, Dahiya,

p.43). Un lider nu poate deveni eficient până când nu este un excelent comunicator, iar această abilitate trebuie folosită pentru a-i convinge pe indivizi să-l urmeze (Idem, p.48).

În întărirea acestor idei, aducem argumentul că orice comunicare umană produce efecte asupra interlocutorilor. Efectele pot fi de natură cognitivă, afectivă sau comportamentală (Prutianu, p.41). Pentru a atinge diferite obiective, un bun lider trebuie să fie un bun comunicator. Comunicarea nu se rezumă la un proces de interacțiune personală sau de grup, ci trebuie să-și propună un țel mult mai înalt, anume eficientizarea acțiunilor într-o societate integrată, modernă (Anghel, p.7).

Liderii sunt persoanele care ocupă o poziție centrală în cadrul unei organizații și care dețin cea mai mare influență în ceea ce privește concentrarea eforturilor în scopul de a atinge și îndeplini obiectivele organizației (Ivanovic, p.139).

Este important de subliniat că lidershipul diferă de conceptul simplu de conducere a unui grup/ colectiv, deoarece lidershipul se bazează pe motivarea membrilor, pe stimularea și performanțele acestora și pe comunicare (Moraru, p.12). Astăzi, lidershipul este considerat a fi o componentă majoră a managementului, constând în abilitatea unui cadru de conducere de a atrage persoanele să se implice efectiv în implementarea unui anumit curs al unei acțiuni și care se bazează pe existența spiritului de echipă (Niculescu, Verboncu, p.114).

Revenind la valențele comunicării, se apreeciază ca majoritatea oamenilor de succes sunt vorbitori excelenți (King, p.53).

2. Metodologia cercetării

În dorința de pune în lumină și punctele de vedere ale unor angajați referitoare la competențele unui lider, nu doar pe cele ale cercetătorilor din domeniu, sau ale liderilor înșiși, prezenta lucrare se concentrează pe opiniile unor subordonați asupra celor mai apreciate calități ale unui conducător.

În acest sens, a fost realizat un studiu la una dintre unitățile Băncii Comerciale Române, Sucursala Județeană Mureș, deoarece această societate este una cu mulți salariați, cu o structură piramidală, bazată pe subordonați și conducători.

Obiective propuse:

- de a evidenția calitățile pe care trebuie să le dețină un lider, în opinia angajaților;
- de a afla dacă abilitatea de comunicare este considerată de aceștia între reperele esențiale pentru eficiența lidershipului ;
- de a compara ordinea importanței trăsăturilor apreciate de către angajați la un lider, cu ierarhia trăsăturilor din literatura de specialitate.

Metoda folosită în efectuarea acestui studiu este ancheta sociologică, bazată pe chestionar. Am utilizat stilul de cercetare cantitativ, care se pretează la interpretări statistice, precum și interpretarea calitativă a răspunsurilor. Chestionarea este o modalitate eficientă prin care se pot culege infromații, într-un timp scurt.

Prezentul chestionar conține o serie de 19 întrebări și a fost aplicat unui număr de 50 de persoane, salariate a Băncii Comerciale Române din Târgu-Mureș.

3. Opinii despre trăsăturile și abilitățile de lidership - competența de comunicare

Analiza și interpretarea rezultatelor este realizată pentru o selecție de 10 itemi din cadrul întrebărilor chestionarului.

Î.1. Care sunt cele mai apreciate caracteristici ale unui lide, din punctul dvs de vedere?

Răspunsurile la această întrebare au fost variate, după cum se poate observa în Fig.3.1.

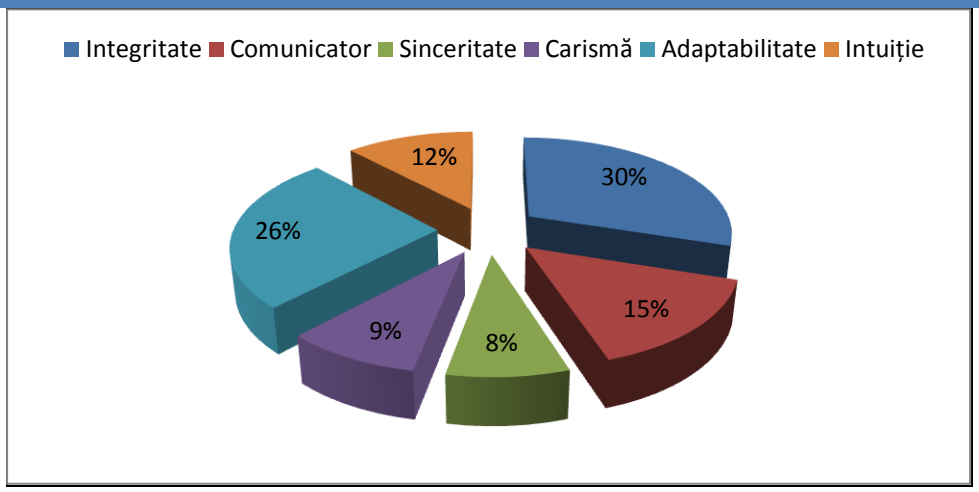


Figura 3.1. Principale caracteristici apreciate la un lider

Trăsăturile pe care subordonații le apreciază, în ordine, sunt: integritatea, în proporție de 30%, urmată de adaptabilitate, care are o pondere de 26%, capacitatea de comunicare, cu o pondere de 15%, apoi intuiția cu 12%, carisma 9% și sinceritatea, în proporție de 8%.

Urmează analiza aprecierii calităților și abilităților pe care ar trebui să le posede un lider, luate în mod individual, pentru a vedea câtă importanță este acordată fiecărei trăsături în parte.

Î.2. Cât de important este ca un lider să fie integru?

Din Fig.3.2. se poate desprinde ideea că integritatea este considerată o calitate de importanță mare, pe care un lider trebuie să o aibă, după cum reiese din aprecierile subiecților, deoarece 48% - aproape jumătate dintre ei, clasează acest aspect în categoriile *foarte important* și *important*.

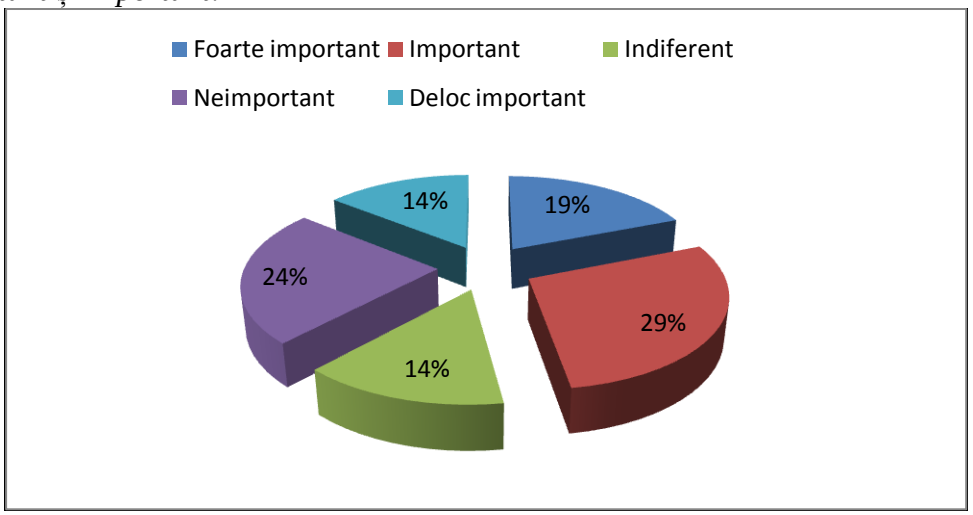


Figura 3.2. Importanța integrității unui leader

Totuși, 38% consideră că aceast aspect *nu este important*, sau *deloc important*, iar 14% dintre cei chestionați au considerat că integritatea nu reprezintă o calitate care face diferența între a fi/sau nu, un lider bun.

Î.3. Cât de important este ca un lider să fie adaptabil?

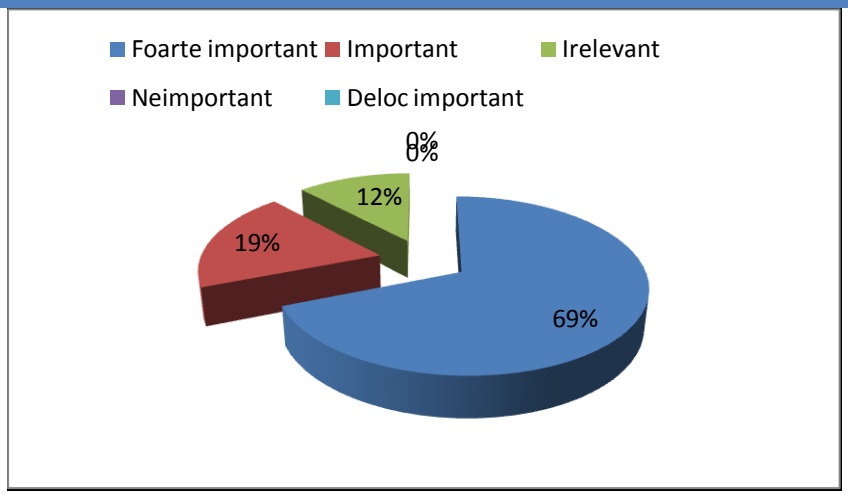


Figura 3.3. Importanța adaptabilității între calitățile unui lider

După cum se poate observa, 69% dintre subiecți consideră că un lider trebuie să se adapteze ușor situațiilor. Totalul de 88% insumează ponderile raspunsurilor care consideră *foarte important* sau *important* acest atribut, neexistând niciun raspuns care să coteze adaptabilitatea ca *neimportantă*.

Un lider trebuie să se adapteze tuturor situațiilor, de la schimbarea obiectivelor profesionale, la colaborarea cu persoane/ angajați noi, la adaptarea la noi conjuncturi.

Î.4. Cât de important este ca un lider să fie un bun comunicator ?

Din Fig.3.4. se poate constata că 33% dintre repondenți au considerat că abilitatea de comunicare a liderului este *importantă*, iar 9% au răspuns că este chiar *foarte important* ca liderul să dețină abilități de comunicare.

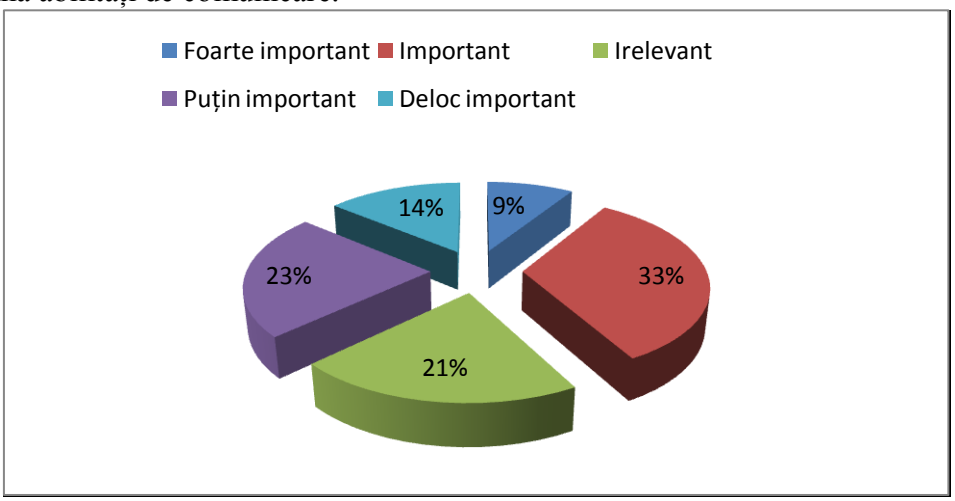


Figura 3.4. Importanța abilității de comunicare pentru un lider

În schimb, 21% dintre repondenți nu consideră relevantă acestă abilitate, iar 23% o consideră *puțin importantă*, în timp ce 14% nu acordă *deloc importanță* acestei abilități.

Î.5. Cât de important este ca un lider să aibă carismă ?

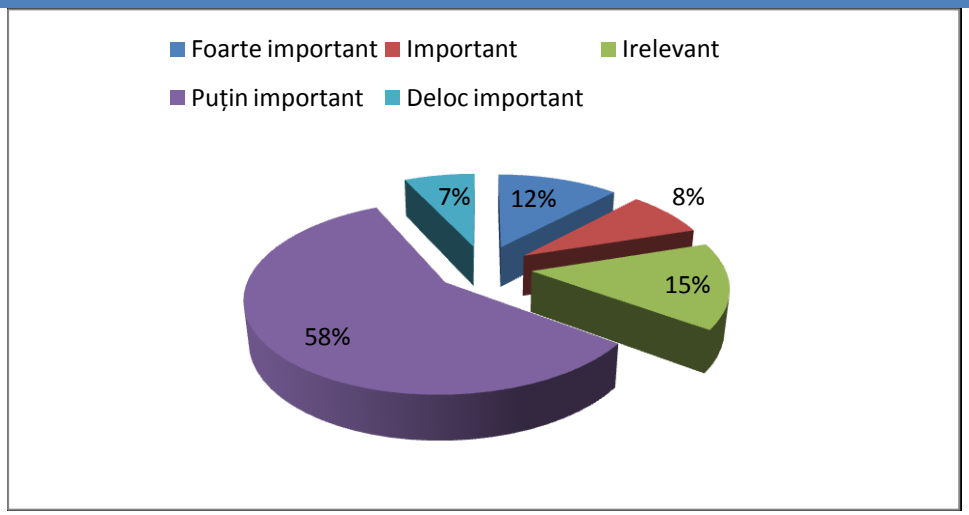


Figura 3.5.Importanța carismei între trasăturile unui lider

Din analiza răspunsurilor redate în Fig.3.5. reiese că 58% dintre cei chestionați consideră *puțin important* ca liderul să fie carismatic, iar 7% *deloc important*. Dintre repondenți, 15% consideră că este irelevant această aspect, în schimb 12% consideră că este un aspect *foarte important*, iar 8% îl consideră *important*.

Incercând să aflăm de ce anume angajații consideră că a avea/sau nu carismă, nu contează așa mult pentru un lider, a reieșit că ei apreciază mai mult corectitudinea și respectul dovedit de acesta, în relația subordonat-lider.

Î.6. Cât de important este ca un bun lider să aibă intuiție în luarea deciziilor?

Intuiția este considerată o calitate *foarte importantă* pe care un lider trebuie să o aibă, 75% dintre cei chestionați alegând acest răspuns. Dacă liderul are o bună intuiție, asta îl poate ajuta să gestioneze mai facil anumite situații. De asemenea, un lider care are intuiție, se poate folosi de acestă calitate pentru a se apropia de subordonțai, câștigându-le încrederea.

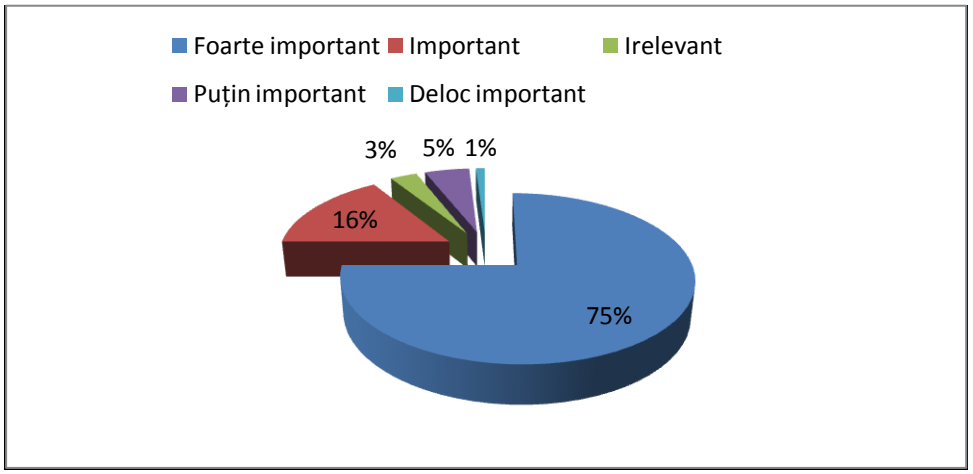


Figura 3.6. Importanța intuiției pentru un lider

Alte opinii referitoare la intuiție-lider dețin următoarele procente : 16%, consideră că aceasta este o calitate importantă, 5% consideră că intuiția joacă un rol puțin important, iar 1%, consideră că acestă abilitate nu este deloc importantă pentru un lider.

7. Cât de important este ca un lider să fie sincer ?

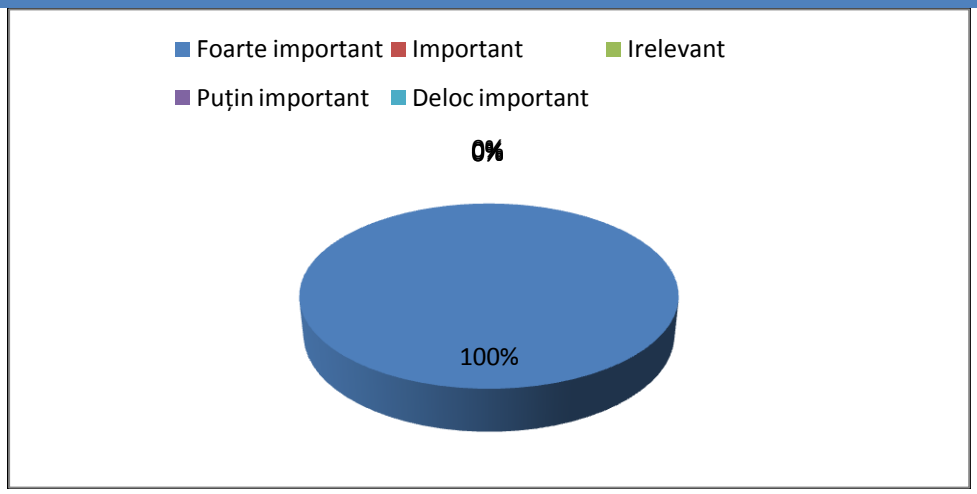


Figura 3.7. Sinceritatea în cazul unui lider

Din analiza graficului 3.7. reiese că toți cei chestionați au considerat că un bun lider trebuie să fie sincer.

Ei asociază acestă calitate, sinceritatea, cu un mediu bazat pe încredere.

Considerăm că alături de comunicare și integritate, sinceritatea facilitează atingerea obiectivelor profesionale precum și îmbunătățirea performanțelor.

Î.8. Ce sentimente ar trebui să transmită liderul prin stilul său de conducere ?

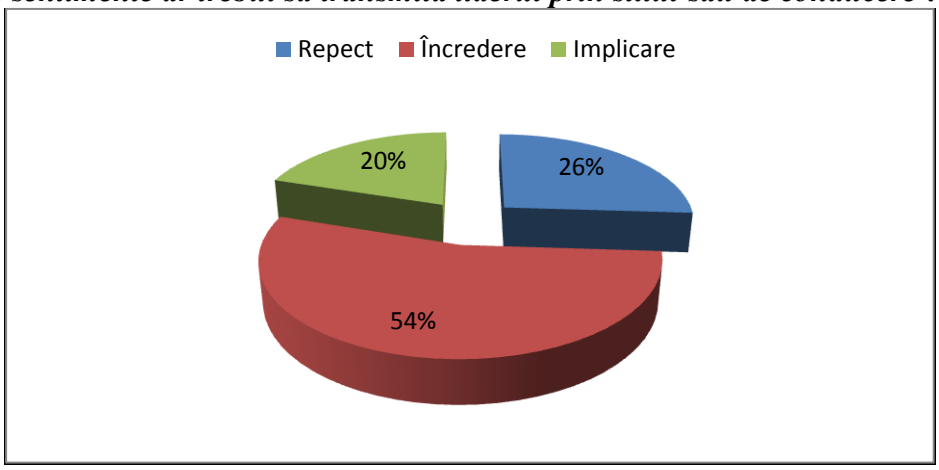


Figura 3.8. Stările pe care trebuie să le transmită liderul

Se poate observa că subordonații chestionați au pus mare accent pe încredere - 54%, pe respect-26% și pe implicare - 20%. Situațiile stresante, atitudinile ironice, criticiste, cu toate că în foarte multe cazuri există, nu sunt de dorit în colectiv.

Î.9. În ce măsură credeți că liderul ar trebui să-și cunoască subordonații?

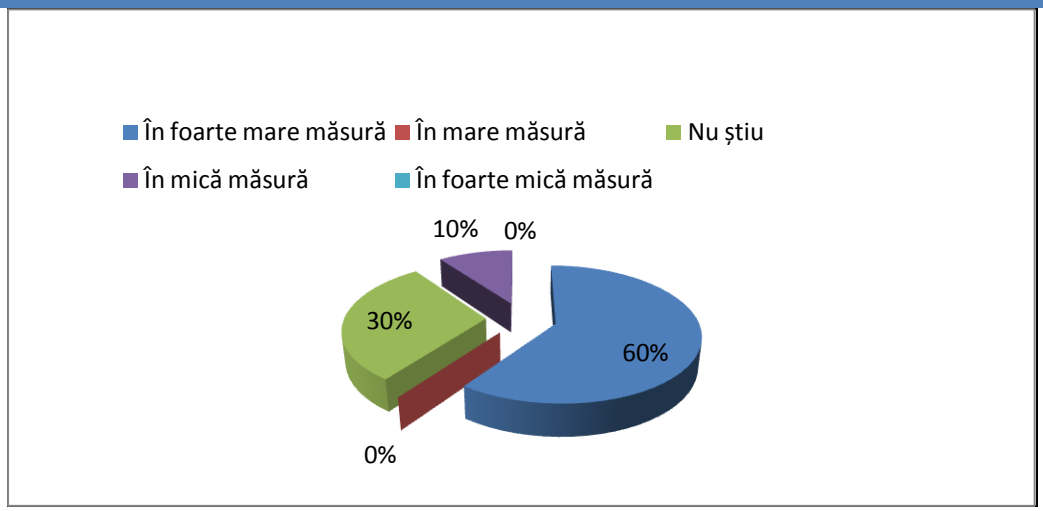


Figura 3.9. Cunoașterea subordonaților de către lider

La această întrebare, 60% din subiecţi au considerat că un lider trebuie să-şi cunoască foarte bine subordonații, 30% dintre aceştia nu se pot pronunța, în timp ce 10% au considerat suficient un grad de cunoaștere superficial.

Î.10. Cum ar trebui să-i influențeze pe subordonați stilul de conducere ?

În majoritatea lor, respectiv 56%, repondenții consideră că prin stilul său de conducere și prin comportamentul pe care îl adoptă, liderul trebuie să îi facă pe subordonați să îl urmeze, să îi facă să se simtă apreciați - 28% și să-i stimuleze - 16%. Prin transmiterea aprecierii, stimulării și a convingerii oamenilor să îl urmeze, se asigură unicitatea echipei, precum și maximizarea performanțelor.

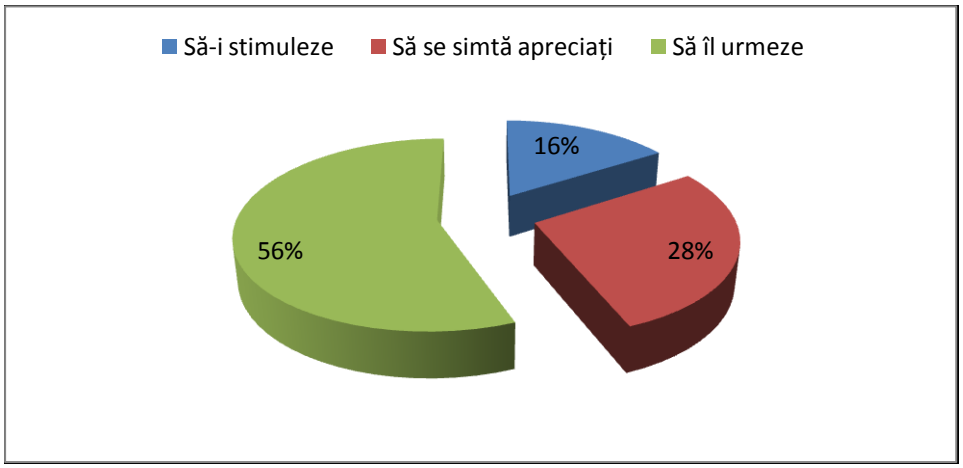


Fig. 3.10. Influențele pe care le exercită stilul de conducere asupra subordonaților

Comportamentul liderului față de subordonați le poate influența puternic rezultatele. De exemplu, un lider care nu inspiră încredere, empatie, colegialitate față de subordonații săi, nu se poate aștepta ca aceștia să îi fie loiali și să depună efortui maxime în atingerea obiectivelor comune.

Concluzii

Lucrarea noastră inventariază o serie de trăsături necesare unui lider, facând o sinteza a acestora din literatura domeniului și totodată, de pe urma studiului concret întreprins. Din rezultatele studiului concluzionăm că sentimentul primordial indus de un lider se dorește a fi încrederea, iar cele mai apreciate trăsături ale acestuia, din perspectiva angajaților, sunt trăsăturile de caracter, respectiv sinceritatea (socotită 100% *foarte importantă*) și integritatea (apreciată de 48% ca *importantă* sau *foarte importantă*). Aceste constatări concordă cu

ordinea ierarhică a caracteristicilor esențiale pentru lideri, înscrise în literature de specialitate, respectiv un bun lider „Demonstrează o etică puternică și oferă un sentiment de siguranță, de încredere".

Intre abilităţile cele mai apreciate la un lider, angajaţii au aşezat pe primul loc capacitatea de adaptare, altfel acesta având mici șanse de reușită în procesul de lidership.

Competenţa de comunicare nu a fost considerată una primordială, dar figurează printre aspectele importante, conform părerii a 41% dintre subiecții chestionați.

Altă concluzie desprinsă este aceea că prezența sau absența carismei este considerată puțin importantă, față de aspecte precum intuiția în luarea deciziilor.

În final, ne exprimăm punctul de vedere că, între abilitățile de bază ale unui lider, o bună competență de comunicare este o modalitate de a înfăptui cu success actul conducerii.

BIBLIOGRAPHY

1. Anghel, Petre (2007) *Strategii eficiente de comunicare*. Casa de Editură Viață și Sănătate, București.
2. Giles, Sunnie (2016) The Most Important Lidership Competencies, According to Liders Around the World, *Harvard Business Review*, march 2016, disponibil: https://hbr.org/2016/03/the-most-important-lidership-competencies-according-to-liders-around-the-world Accesat: 4.11.2019
3. Ivanovic, A. (1997) *Dictionary of Human Resourse & Personnel Management*, Second Edition, Peter Collin Publ.Ltd.
4. King, Larry (2004) *Secretele comunicării*, Ed. Amaltea, București.
5. Luthra, Anchal & Dahiya, Richa (2015) Effective Lidership is all About Communicating Effectively: Connecting Lidership and Communication, *InternatIonal Journal of ManageMent & Business Studies* Vol. 5, ISSue 3, July - Sept 2015. Disponibil: https://www.mcgill.ca/engage/files/engage/effective_lidership_is_all_about_communicating_effectively_luthra_dahiya_2015.pdf Accesat: 5.11.2019
6. Moraru, Gina Maria (2003) *Managerul şi colectivul*, Editura Universităţii *Lucian Blaga,* Sibiu.
7. Niculescu, Ovidiu, Verboncu, Ion (1999) *Management,* Editura Economică, București.
8. Prutianu, Ștefan (2000) *Manual de comunicare și negociere în afaceri,* Ed. Polirom, Iași.

DEMOCRACY AS A CONCEPT OF UNIVERSAL ANALYSIS

Arina Modrea and Norina Orha
Assoc. Prof., PhD, UMFST Târgu Mureș, M.A Student, „Johann Wolfgang Goethe" University, Frankfurt A.M., Germany

Abstract: This study aims to analyze the process of evolution of the democratic concept throughout the 21st century, a concept that has acquired a significant evolution in recent years among scientific researchers. In order to meet the structural conditions of modern governance, modern democracies must have a series of highly complex institutional arrangements. Therefore, democracy should not be understood as a single regime, but as a fabric of institutional sub-regimes, which are mutually linked and which, because of their functional logic, make up the entire democratic system. In this context, the term "embodied democracy" conceived by Wolfgang Merkel (2003) plays an essential role in the development of democratic processes and, therefore, must be interpreted as an internal integration of democracy.

Keywords: democracy, democratic system, democratic procedures, democratic transformations, institutional arrangements.

1. Theoretische Grundlage: Die Einordnung des Konzeptes der defekten Demokratie in den Theoriekontext der Transformationsforschung

Die Transformation zur Demokratie ist eine Form des inkrementell bis revolutionär verlaufenden politischen Wandels, der zunächst und vor allem auf der institutionellen Ebene verläuft: Im Kern handelt es sich um Systemtransformation, Ausarbeitung und Implementierung eines umfassenden institutionellen Arrangements zur dauerhaften Strukturierung der Handlungsmöglichkeiten von Akteuren, unabhängig von deren Deutungsmustern, Einstellungen und Kompetenzen sowie ungeachtet der Qualität und Quantität ihrer Ressourcen. Daher untersucht die Transformationsforschung politische und gesellschaftliche Systeme vor allem unter dem Aspekt eines gesteuerten Wandels ihrer Basisinstitutionen (28, 29).

O'Donnell und Schmitter (31) unterteilen demokratische Transformationsprozesse in zwei Sequenzen: Transition und Konsolidierung. Die Transition ist jene erste Transformationsphase, in der die zentralen demokratischen Institutionen ausgehandelt werden. Zu nennen sind hier vor allem die institutionellen Arrangements zur Gewährleistung eines erforderlichen Bündels an Grund- und Freiheitsrechten, die institutionelle Basiskonfiguration des Regierungssystems, die Anpassung der Exekutive und Legislative an die Normen des Rechts- und Verfassungsstaates sowie die Regeln für demokratische Wahlen (33, 34). Mit dem Inkrafttreten einer demokratischen Verfassung und dem Etablieren der vorgesehenen demokratisch gewählten Organe, vor allem Parlament und Regierung, ist das Ende der Transition gekennzeichnet.

Die demokratische Konsolidierung ist in der Konsolidierungsdebatte nicht lediglich als die zeitliche Fortsetzung der Transition, sondern als ein eigenständiger Prozess zu betrachten. Während die Transition die Ablösung nicht-demokratischer und die Einführung demokratischer Institutionen und Verfahren umfasst, bedeutet Konsolidierung, dass die hinreichenden Minimalbedingungen von Demokratie dauerhaft gesichert werden und effektiv funktionieren. Die in der Transition etablierten Institutionen und politischen Verfahren

werden dann wirksam, und das politische Handeln der relevanten Akteure wird dauerhaft an die Regeln der neuen demokratischen Ordnung gebunden (26, 27, 28). Das demokratische System muss während des Konsolidierungsprozesses drei Kernprobleme erfolgreich bewältigen: Es muss sich institutionalisieren, legitimieren und stabilisieren. Der Konsolidierungsbegriff wird als Synonym des Begriffs der demokratischen Institutionalisierung gebraucht. Das zentrale Problem demokratischer Konsolidierung wird hier in der Stärkung der politischen und staatlichen Institutionen gesehen. Diese müssen in der Lage sein, einerseits situationsangemessene Ordnungs- und Steuerungsleistungen zu erbringen und andererseits eine gewissermaßen symbolisch-integrative Wirkung auf das Handeln der Eliten und auf die Einstellungsmuster der Bevölkerung zu entfalten. Eine Demokratie ist dann konsolidiert, wenn eine Passung zwischen den formellen Vorschriften und Regeln sowie den Verhaltensweisen der Akteure besteht (28).

Ein zweiter Strang der Konsolidierungsforschung betont den engen Zusammenhang von Konsolidierung und Legitimation demokratischer Systeme. Max Weber (42) zufolge hängt die Konsolidierung und Stabilität demokratischer Systeme maßgeblich vom „Legitimitätsglauben" der Eliten und generell der Bürger ab. Legitimität ist - wertneutral formuliert – ein Merkmal politischer Herrschaft, das einzig und allein daraus resultiert, dass die „Herrschaftsunterworfenen" von der Übereinstimmung zwischen geltendem Herrschaftsrecht und den Maßstäben und Erwartungen der Gesellschaft überzeugt sind.

Die Frage nach der Legitimität einer politischen Ordnung ist insbesondere die Frage nach der vorhandenen Bereitschaft der Bürger, „inhaltlich noch unbestimmte Entscheidungen innerhalb gewisser Toleranzgrenzen hinzunehmen" (23). Demnach ist die Legitimität eines demokratischen Regimes ein Set positiver Einstellungen und Orientierungen der Bürger einer Gesellschaft gegenüber dem politischen Regime.

Ein dritter Strang der Konsolidierungsdebatte verwendet den Konsolidierungsbegriff weitgehend synonym zum Stabilitätsbegriff. Demokratische Konsolidierung bezeichnet hier die von den Akteuren wahrgenommene Stabilität eines demokratischen Regimes. Dementsprechend ist eine Demokratie konsolidiert, wenn die relevanten politischen und gesellschaftlichen Akteure eines demokratischen Systems davon ausgehen, dass das demokratische System unter erwartbaren Bedingungen und innerhalb der vorhersehbaren Zukunft bestehen würde (40). Häufig werden die Schwächen eines stabilitätsorientierten Konsolidierungsbegriffs übersehen: Erstens setzt der Konsolidierungsbegriff implizit die beiden Phänomene des Bestehens *(persistence)* und der Stabilität *(stability)* einer Demokratie gleich (28, 29). Die Beobachtung, dass ein System besteht *(persist)*, also in einer konkreten strukturellen und institutionellen Gestalt über einen festgelegten Beobachtungszeitraum hinweg existiert, lässt jedoch noch kaum Rückschlüsse über die Funktionsweise einer Demokratie zu. Zweitens ist zu fragen, weshalb überhaupt die Konsolidierung und nicht gleich die Stabilisierung im Blickpunkt ist. Drittens gibt es keinen Grund, *defekten Demokratien* a priori die Fähigkeit zur Stabilität abzusprechen. Denn auch *defekte Demokratien* können von den relevanten gesellschaftlichen Akteuren als leistungsfähig und legitim wahrgenommen werden. Ob eine Demokratie mit eingeschränkter Gewaltenteilung und mit eingeschränkter Rechtsstaatlichkeit sowie mit den vom politischen Prozess ausgeschlossenen Minderheiten über das für ihre Systemstabilität ausreichende Maß an Problemlösungskapazitäten verfügt, ist eine empirische Frage. Wird jedoch Konsolidierung mit Stabilisierung der Demokratie gleichgesetzt, so muss auch eine *defekte Demokratie* als konsolidiert gelten, wenn sie ein niedriges Niveau an politischer Gewalt sowie relativ dauerhafte demokratische Regeln des Zugangs zur politischen Macht und ein entsprechendes Maß an Legitimität aufweist.

Diese Überlegungen gelten ebenso für die Konsolidierungsbegriffe, welche sich auf den Teilprozess der empirischen Legitimation politischer Ordnung und auf die dazugehörige

Institutionalisierung beziehen. Dennoch erscheinen die Legitimitätsbegriffe für die Analyse der Entwicklungs- und Konsolidierungsdynamik von Demokratien in Osteuropa als recht problematisch. Die Reduktion der Legitimität von einer Frage der Charakteristika eines Herrschaftssystems auf eine Frage der Wahrnehmung dieser Charakteristika durch die „Herrschaftsunterworfenen" nimmt dem Legitimitätskonzept jegliche normative Referenz. Dies führt dazu, dass jede Ordnung politischer Herrschaft „legitim" sein kann. Mit Blick auf das Phänomen der *defekten Demokratie* vernachlässigt die Gleichsetzung von Legitimität und Legitimitätsglauben den normativen Gehalt von Rechtsstaat, Menschenrechten und demokratischen Verfahren (22, 30).

1.1 Demokratie als universalistisches Analysekonzept

Bei defekten Demokratien handelt es sich um einen Subtypus der Demokratie. Der Begriff meint eine Herrschaftsform, in der das Prinzip der Volkssouveränität durch allgemeine, freie, gleiche und faire Wahlen institutionalisiert ist. Diese Wahlen werden jedoch formal oder informell durch existierende Machtpotenziale unterlaufen, indem den Militärs oder den anderen, nicht durch die Wahlen legitimierten Gruppierungen gewisse Vorrechte zugestanden werden und indem die Exekutive die Kompetenzen anderer Institutionen beschneidet und indem großen Teilen der Bevölkerung zentrale Freiheitsrechte vorenthalten werden. Damit unterscheiden sich *defekte Demokratien* einerseits von autokratischen Regimen, da die demokratischen Regeln institutionalisiert sind und die Wahl der Regierenden durch die Regierten gewährleistet wird. Andererseits unterscheiden sich *defekte Demokratien* auch von rechtsstaatlichen Demokratien, da dort nicht alle garantierten Bestandteile der Volkssouveränität etabliert sind: In diesem Zusammenhang präzisiert Merkel: „Das Charakteristikum *defekter Demokratien* besteht darin, dass jene Machtkreisläufe, die von wirksamen institutionellen Arrangements einer Demokratie erzeugt, legitimiert und auch eingehegt werden, durch Machtquellen ‚eigenen Rechts' beschädigt werden" (28, 29).

In dieser Arbeit wird die Demokratie als eine Herrschaftsform definiert, die durch die Volksherrschaft bzw. die Volkssouveränität sowie durch die Prinzipien der politischen Gleichheit, der Freiheit und der Herrschaftskontrolle charakterisiert ist. Volkssouveränität und damit verbunden die vertikale Verantwortlichkeit politischer Herrschaft gegenüber den Bürgern ist das Kernprinzip der Demokratie. Merkel definiert diesen Begriff wie folgt:

„Volkssouveränität bedeutet, dass das Volk entweder sich selbst direkt regiert oder dass das Volk zumindest über die grundlegenden Herrschaftsstrukturen und die Auswahl der Herrschenden die letzte Entscheidung trifft" (26, 28). In der antiken Demokratie und noch in den Stadtrepubliken Italiens bedeutete Demokratie die Mitsprache der stimmberechtigten Bürger bei Entscheidungen für das Gemeinwesen durch Wahl und Abstimmungsprozesse (8). Mit dem Entstehen von Territorialstaaten entfernte sich die demokratische Herrschaft jedoch von diesem Ursprungsprinzip der Herrschaftsausübung. Hierdurch wurde die Verbindung des Demokratieprinzips mit dem Mechanismus der politischen Repräsentation notwendig, was eine Begrenzung der direkten Partizipationsmöglichkeiten der Bürger beinhaltete. Der Begriff der Volkssouveränität gewann so seine neue Bedeutung als vertikale „Herrschaftskontrolle" durch das Volk. Dennoch ist die Frage nach der angemessenen Form und dem Umfang der politischen Partizipation der Bürger in den Demokratietheorien immer noch weitgehend ungeklärt. In modernen Demokratien bedeutet Volkssouveränität zumeist lediglich, dass es keine höhere Instanz zur Legitimierung von Herrschaft gibt als das Volk (30). Dahl zufolge ist Demokratie zu verstehen „als Selbstregierung der Bürger im Rahmen gesamtgesellschaftlich bindender Entscheidungsprozesse". Die Bürger und ihre Repräsentanten sind durch drei Kompetenzen gekennzeichnet: „die Kompetenz zur Agenda-Setzung, die Kompetenz zur allgemeinverbindlichen Entscheidung von politischen

Streitfragen sowie die ‚Kompetenz-Kompetenz' darüber, wer dies an ihrer Stelle vornehmen darf" (12, 13, 28).

Die Volkssouveränität ist mit den Grundsätzen der politischen Gleichheit, Freiheit und Kontrolle verbunden. Die politische Gleichheit spielt eine wichtige Rolle für das Konzept der Demokratie. In den Demokratietheorien beinhaltet die politische Gleichheit, dass alle Staatsbürger in den politischen Entscheidungsprozessen gleichbehandelt werden. Dies impliziert insbesondere das Gewähren eines gleichen und allgemeinen Wahlrechts.

Die enge Verbindung von politischer Gleichheit und Volkssouveränität mit dem Prinzip der politischen Freiheit und somit der Freiheit des Menschen zur Selbstbestimmung- wird in den gegenwärtigen Demokratietheorien als überaus wichtig betrachtet. Nach Dahl ist die Gleichheit der Bürger ohne universelle Grundfreiheiten undenkbar. Daher muss eine Demokratie eine Reihe politischer Freiheitsrechte, vor allem die Meinungs-, Vereinigungs- und Versammlungs-, Informations- und Kommunikationsfreiheit, gewährleisten. Bei diesen Rechten handelt es sich um freiheitliche und demokratische Grundrechte (9, 12, 13). Demzufolge ist die politische Freiheit ein zentrales demokratisches Prinzip; denn auf diese Weise können die Bürger ihr demokratisches Recht in Bezug auf das Beeinflussen und Kontrollieren aller relevanten Entscheidungsprozesse wahrnehmen (2).

Dennoch bleiben beispielsweise die Begrenzung politischer Herrschaft und das Ausmaß der institutionellen Kontrolle von demokratischer Herrschaftsausübung und generell der Rechtsstaatlichkeit *(rule of law)* relativ offen. Die Rechtsstaatlichkeit ist von den in den einzelnen Ländern verschiedenen Verfassungstraditionen abhängig. Diese Traditionen beziehen sich auf die nachfolgenden Elemente des Rechtsstaates: Begrenzung der exekutiven Macht durch die Gewaltenteilung, Bindung an die Gesetze, Unabhängigkeit der Gerichte und Gewährleistung von persönlichen Freiheitsrechten (25, 36).

Zwischen den Prinzipien der Freiheit, Gleichheit und Kontrolle besteht jedoch ein Spannungsverhältnis. In einer rechtsstaatlichen Demokratie sind die demokratischen Prinzipien in die jeweils vorhandenen politisch-institutionellen Gegebenheiten so eingebunden, dass auf diese Weise die Selbstbestimmung der Bürger garantiert ist (28, 29). Die Berücksichtigung dieser demokratischen Grundsätze ist abhängig von der politischen Gesamtstruktur und den jeweiligen sozio-kulturellen Konflikten. Zu den Merkmalen demokratischer Gesellschaften gehört Folgendes: das Herausbilden des souveränen Territorialstaates und dessen Entwicklung zu einem auf Gesetzen basierenden Nationalstaat; das Repräsentationsprinzip und damit verbunden der Grundsatz, dass die Volksvertreter gewissermaßen zwischen Staat und Gesellschaft vermitteln; die Entwicklung hin zum Pluralismus und zu den dazugehörigen Konflikten; der Grundsatz, dass die Menschen autonome Träger von Rechten sind; und das Anerkennen der politischen Öffentlichkeit als Arena der Auseinandersetzungen mit allen politischen und gesellschaftlichen Gegebenheiten (6, 7, 36, 19).

Für die Analyse *defekter Demokratien* spielen die Volkssouveränität und die Elemente des Verfassungs- und Rechtsstaates eine wichtige Rolle. In diesem Zusammenhang handelt es sich um die Verknüpfung zwischen der politischen Gleichheit, der Freiheit, der Partizipation und dem rechtsstaatlichen Schutz der Bürger mit der vertikalen und der horizontalen Kontrolle politischer Systeme.

An dieser Stelle ist der dreidimensionale Demokratiebegriff von großer Bedeutung. Demokratie, im Sinne der rechtsstaatlichen, liberalen Demokratie, ist Merkel zufolge als ein System bestehend aus den nachfolgenden Mindestanforderungen zu betrachten: erstens, eine vertikale Dimension der Machtkontrolle, universelles aktives und passives Wahlrecht und das Gewährleisten der politischen Teilhabe- bzw. Partizipationsrechte; zweitens, eine horizontale Dimension und somit die Herrschaftskontrolle innerhalb der Gewaltenteilung und der

Rechtsstaatlichkeit; drittens, eine transversale Dimension, die sich auf die demokratisch legitimierten politischen Akteure bezieht (28, 29).

Ein demokratisches System besteht aus Teilregimen, welche die Voraussetzungen für das Funktionieren einer Demokratie festlegen. Wenn eines dieser Teilregime beeinträchtigt ist, hat dies auch Konsequenzen für das Funktionieren der übrigen Teilregime und damit auch für das Gesamtregime. Dementsprechend ist das Konzept der rechtstaatlichen Demokratie als eine Einheit unabhängiger und wechselseitig voneinander abhänginger Teilregime dargestellt, die sich unter dem Begriff der *embedded democracy* zusammenfassen lassen (26, 28).

1.2 „Embedded Democracy" nach Merkel

Das Konzept der *embedded democracy* wurde Anfang des 21. Jahrhunderts von Wolfgang Merkel, Hans-Jürgen Puhle, Aurel Croissant und anderen Politikwissenschaftlern entwickelt. Um die Strukturbedingungen moderner Herrschaft erfüllen zu können, müssen die modernen Demokratien komplexe institutionelle Arrangements sein. Demokratie ist somit nicht als ein Regime „aus einem Guss" zu verstehen, sondern als ein Gefüge von Teilregimen[1]. Der Begriff *embedded* ist in diesem Kontext als interne Einbettung der Demokratie zu interpretieren. Die Funktionslogik eines Teilregimes ist folglich auf die Leistungen eines anderen Teilregimes zwingend angewiesen: Die Teilregime stehen in wechselseitigem Bezug zueinander. Es handelt sich demnach um die wechselseitige Einbettung der inzelnen Institutionen der Demokratie in ein Gesamtgeflecht institutioneller Teilregime, durch die eine Demokratie erst funktionsfähig wird (6, 10, 16, 28, 38).

Das *embedded democracy*-Konzept bezieht sich auf die institutionelle Gestaltung. Die fünf Teilregime sind in der folgenden Abbildung zu erkennen: das demokratische Wahlregime (A), das Teilregime der politischen Partizipationsrechte (B), das Teilregime bürgerlicher Freiheiten (C), die institutionelle Sicherung der Gewaltenkontrolle (D) und das Teilregime der effektiven Regierungsgewalt (E). Eine hinreichende klare Abgrenzung zwischen defekten Demokratien und liberalen Demokratien ist bereits dann möglich, wenn sich signifikante Defekte in nur einem der Teilregime nachweisen lassen (28).

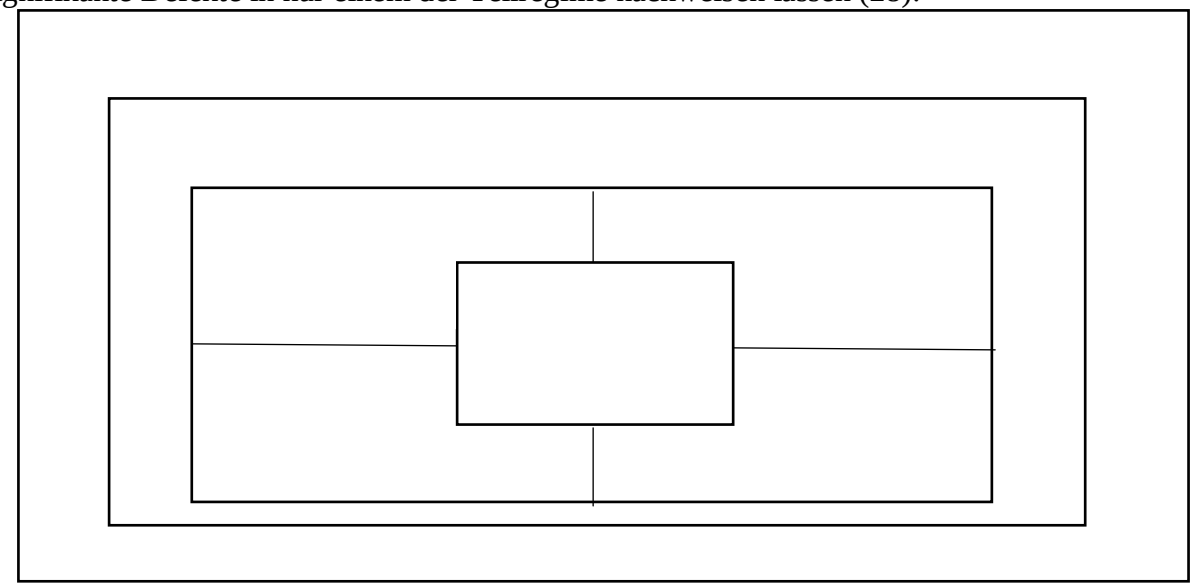


Abbildung 1: Embedded Democracy

[1] Der Begriff geht auf Philippe Schmitter (1997), der das Konzept der Teilregime für die Differenzierung verschiedener Typen von Demokratie nutzbar macht, zurück. Merkel bezieht dieses Teilregime jedoch auf die grundlegenden Herrschaftsparameter, die in jedem Herrschaftssystem der expliziten oder impliziten Regelung bedürfen. Die einzelnen Teilregime des Demokratiekonzeptes Merkels sind anders und in ihrem Gehalt anspruchsvoller als bei Schmitter formuliert. Quelle: Merkel, W. u. a. (2003), S. 50.

In dem Konzept der *embedded democracy* erhält das Wahlregime den Zugang zu den staatlichen Akteuren, und zwar über eine offene Partizipation der Bürger an den demokratischen Wahlen. Das Wahlregime nimmt eine zentrale Position in dem Konzept ein, weil es durch das Stattfinden der freien und gleichen Wahlen der Ausdruck der Volkssouveränität, der gleichzeitigen Teilhabe der Bürger und deren politischen Präferenzen wird. Darüber hinaus unterscheidet sich das Wahlregime infolge des offenen und fairen Wettbewerbs um die Regierungspositionen auch von der Autokratie. Merkel erklärt in Anlehnung an Robert A. Dahl Folgendes: Obwohl das demokratische Wahlregime wesentliche Elemente eines rechtsstaatlichen Systems enthält, stellt dies noch keine hinreichende Bedingung für das Etablieren einer demokratischen Ordnung dar (12, 13, 28).

Bei der Durchführung der demokratisch geführten Wahlen können störende Faktoren auftreten, wie z.B. Manipulationen der Wahlzettel oder auch die Parteilichkeit der Wahlbehörden. Dadurch wird den Bürgern das universelle und faire Wahlrecht bei unzureichender Berücksichtigung und bei Beeinträchtigung des Wahlregimes (Teilregime).

A) gewissermaßen entzogen (28).

Die politischen Partizipationsrechte und somit die bürgerlichen Teilhaberechte (Teilregime).

B) vervollständigen die vertikale Demokratiedimension. Ihre Funktion besteht aus der Ermöglichung demokratischer Wahlen, indem die Interessen der Gesamtgesellschaft auch zum Ausdruck kommen können. Dies bedeutet, dass das Recht auf Meinungs- und Redefreiheit sowie die Demonstrations- und Petitionsrechte uneingeschränkte Geltung haben müssen.

In der Übermittlung von Informationen darf keine aus politischen Gründen motivierte Einschränkung vorhanden sein. Keiner der politischen Parteien darf es erlaubt werden, dass die freie Meinungsäußerung verhindert wird. Die Bürger müssen auch das Recht haben, freie und vom Staat unabhängige gesellschaftliche Interessenvertretungen zu bilden. Im Falle der Beschränkung der Meinungs- und Pressefreiheit kann es zur Zensur, zur Monopolisierung des Informationsflusses oder zum Medienverbot kommen. Aufgrund dieser Beobachtungen lässt sich feststellen, dass die Teilregime A und B zusammen sowohl die Kontrolle über die Wahlen als auch die Kontrolle über die Öffentlichkeit zwischen den Wahlen ausüben (26, 29).

Einer Ergänzung bedürfen noch die ersten zwei Teilregime durch die bürgerlichen Freiheits- und Abwehrrechte (Teilregime C), welche den Kern der Rechtsstaatlichkeit eines demokratischen Staates bilden. Die Begriffe *Rechtsstaatlichkeit* und *rule of law* werden in der Demokratieforschung uneinheitlich verwendet. Der Staat ist an das geltende Recht gebunden und handelt auf der Grundlage deutlich definierter Kompetenzen und rechtlicher Rahmenbedingungen. *Rechtsstaatlichkeit* ist somit als Einhegung und Begrenzung der Herrschaftsausübung zu interpretieren. Die verfassungsmäßig verankerten materiellen Grundrechte bilden den Kern liberaler Rechtsstaatlichkeit. Diese Grundrechte sind individuelle Rechte zum Schutze der Bürger vor potenziellen Übergriffen der staatlichen oder der privaten Akteure. Merkel zufolge besteht eine Deformation der individuellen Schutzrechte immer dann, wenn diese Rechte gegenüber staatlichen oder privaten Akteuren nicht ausreichend gesichert sind. Dies schließt notwendigerweise weitere Bestandteile von *Rechtsstaatlichkeit* ein, und zwar die Ausübung der Souveränität in Form des Rechts sowie die Relevanz der Judikative, die ihrerseits als eigenständige Instanzen zur Überprüfung legislativer Normen und zu exekutiven Handlungen befugt sind. Die Judikative und somit die Gerichte fungieren als „Verfassungshüter“ der Gesetzgebungsprozesse und als Kontrollinstanzen (17, 28, 35).

Als viertes Teilregime der rechtsstaatlichen Demokratie betrachtet Merkel die horizontale Gewaltenteilung (Teilregime D). Der Grundsatz der Gewaltenteilung verweist auf

die Teilung zwischen Legislative (gesetzgebende Gewalt), Judikative (richterliche Gewalt) und Exekutive (vollziehende Gewalt) hin. Zum ersten Mal ist die Gewaltenteilung in der Verfassung der Vereinigten Staaten im Jahre 1788 ausführlich erläutert; sie wird auch als *Checks and Balances* bezeichnet. Das Prinzip der Gewaltenteilung ist einer der wichtigsten Bestandteile der modernen Demokratien. Dieses Prinzip ist eng mit der Kategorie der Herrschaftsstruktur verbunden, die im Rahmen der *embedded democracy* zum Ausdruck kommt: „ Die horizontale Verantwortlichkeit der Gewalten sichert die Rechtmäßigkeit des Regierungshandelns und ermöglicht dessen Überprüfung aufgrund der Gewaltenteilung und -kontrolle im Sinne einer aufeinander bezogenen relativen Autonomie von Legislative, Exekutive und Judikative“ (26, 27).

Die Beeinträchtigung der Gewaltenkontrolle kann die *Checks and Balances* im schlimmsten Fall auflösen. Dadurch verliert die Legislative ihre Kontrolle über die Exekutive, und die Judikative verliert ihre Kontrolle über die Exekutive. Außerdem büßt die Judikative ihre Unabhängigkeit ein, weil die vollziehende Gewalt in die Gerichtsbarkeit eingreifen kann. Ein zweiter Indikator für die Beschädigung des oben angeführten Teilregimes ist die Korruption. Überdies ist die politische Szene stark durch Nepotismus und durch klientelistische Netzwerke geprägt.

Die Bedingung des letzten Teilregimes, nämlich der effektiven Regierungsgewalt (Teilregime E), bezieht sich auf die Tatsache, dass die Regierung nicht von außerkonstitutionellen Akteuren beeinflusst werden, wie etwa von dem Militär oder von den anderen machtvollen Akteuren, die sich keiner demokratischen Verantwortung verpflichtet fühlen (26, 27, 28).

1.3 Entstehung defekter Demokratien

Die Entwicklung des Konzeptes der *defekten Demokratie* im Jahr 2000 markiert einen erheblichen Fortschritt in der Demokratieforschung: So hat sich eine Präzisierung der politikwissenschaftlichen Systemkategorien ergeben. Bis dahin war es üblich, die politischen Systeme in drei Kategorien einzuteilen, nämlich in totalitäre[2], autokratische und demokratische Systeme. Einige Länder erfüllten noch keineswegs die Kriterien einerrechtsstaatlich geprägten Demokratie, jedoch waren sie auch keine autoritären Systeme[3] mehr (26, 27, 28, 29).

Je nach Grad der Beschädigung der Teilsysteme unterscheidet man vier Subtypen defekter Demokratie, und zwar *exklusive Demokratie, illiberale Demokratie, delegative Demokratie und Enklavendemokratie*. Zentrales Kriterium ist, welches Teilregime am stärksten eingeschränkt ist.

[2] „Totalitarismus ist eine neue Form der Herrschaft, die in die allgemeine Klassifikation Diktatur fällt. In diesem System werden von einer zentralistischen Führung einer elitären Bewegung moderne Technologien als Instrumente politischer Macht uneingeschränkt eingesetzt, um eine umfassende soziale Revolution in Gang zu bringen. Carl Friedrich hat die ursprünglich eher beschreibende Definition, die er und Zbigniew Brzezinski 1956 aufgestellt hatten, später folgendermaßen neu formuliert: „Es handelt sich dabei um folgende, heute generell akzeptierte Merkmale: 1) eine totalitäre Ideologie, 2) eine alleinige Partei, die dieser Ideologie verpflichtet ist und die gewöhnlich durch einen Mann, einen Diktator, geführt wird, 3) eine hochentwickelte Geheimpolizei sowie drei Arten von Monopolen, genauer gesagt die monopolistische Kontrolle, über die Massenkommunikation, über die einsatzfähigen Waffen und über alle Organisationen, einschließlich der wirtschaftlichen, was also eine zentral verwaltete Wirtschaft einschließt“ (Linz 1994).

[3] Juan J. Linz definiert eine Variante nichtdemokratischer und nichttotalitärer Systeme als autoritär: Als solche versteht er politische Systeme, die „einen begrenzten, nicht verantwortlichen politischen Pluralismus haben; die keine ausgearbeitete und leitende Ideologie, dafür aber ausgeprägte Mentalitäten besitzen und in denen keine extensive oder intensive politische Mobilisierung, von einigen Momenten in ihrer Entwicklung abgesehen, stattfindet und in denen ein Führer oder manchmal eine kleine Gruppe die Macht innerhalb formal kaum definierter, aber tatsächlich recht vorhersagbarer Grenzen ausübt“ (Linz 1994).

Der nachfolgende Abschnitt zielt darauf ab, das von Merkel entwickelte Konzept der *defekten Demokratien* zu definieren und die vier oben erwähnten Demokratiesubtypen zu erläutern.

1.4 Begriffsdefinition und Typologie defekter Demokratien

Defekte Demokratien sind solche Demokratien, in denen die wechselseitige Einbettung der Teilregime stark beeinträchtigt und die Gesamtstruktur der rechtsstaatlichen Demokratie gestört sind. Die demokratischen Prinzipien sind in *defekten Demokratien* in relevanten Herrschaftsbereichen ansatzweise einbezogen und bestimmen die politische Arena teilweise mit. Allerdings sind die Gefahren, Risiken und Schäden seitens der machtvollen politischen Eliten sowie seitens der einflussreichen Netzwerke und deren korrupte Akteure erheblich (28, 29).

Merkel definiert *die defekten Demokratien* als *„Herrschaftssysteme, die sich durch das Vorhandensein eines weitgehend funktionierendes demokratischen Wahlregimes zur Regelung des Herrschaftszugangs auszeichnen, aber durch Störungen in der Funktionslogik eines oder mehrerer der übrigen Teilregime die komplementären Stützen verlieren, die in einer funktionierenden Demokratie zur Sicherung von Freiheit, Gleichheit und Kontrolle unabdingbar sind“* (28). Demzufolge sollte auch in den *defekten Demokratien* ein systemerhaltendes Mindestmaß an Freiheit, Gleichheit und Kontrolle für die politische Selbstbestimmung aller Bürger verwirklicht sein.

Defekte Demokratien sind also nicht notwendigerweise Transitionsregime, die sich zur Wiedererlangung ihres Gleichgewichts innerhalb einer gewissen Zeitspanne zu demokratischen oder zu autoritären Regimen wandeln. Abhängig von ihren jeweiligen machtpolitischen, sozialen, wirtschaftlichen und kulturellen Konstellationen können sie sich auch längerfristig etablieren. Dies ist vor allem dann der Fall, wenn die spezifischen Defekte von den machtpolitischen und soziokulturellen Kontexten maßgeblich gestützt werden und sich wechselseitig verstärken (28).

Die vier Kategorien der Demokratie – *exklusive, illiberale, delegative und Enklavendemokratie* – sind gewissermaßen Idealfälle und damit stark vereinfachte Abbildungen der Realität. Sie dienen als begriffliche Bezugspunkte, in die sich die existierenden Demokratien einordnen lassen. Merkel geht davon aus, dass Staaten überwiegend Mischformen der vier Subtypen sind.

Die Bezeichnung *exklusiv (exklusive Demokratie)* bezieht sich in diesem Kontext auf die ausgrenzende Eigenschaft dieser Art der *defekten Demokratie*. Jede demokratische Ordnung stützt sich auf das Prinzip der Volkssouveränität, welches besagt, dass die höchste Gewalt des Staates und die oberste Quelle der Legitimität das Volk selbst ist. Die Idee der Volkssouveränität setzte sich mit den Menschenrechtserklärungen des 18. Jahrhunderts allgemein durch und wurde mit dem Prinzip der Gewaltenteilung zum Fundament des modernen Verfassungsstaates. Volkssouveränität muss in einer liberalen Demokratie durch freie und allgemeine Wahlen gewährleistet werden. Der Begriff der Exklusion bezieht sich auf die Frage, inwieweit die Präferenzen der Bürger die politische Willensbildung und die Wahlentscheidungen beeinflussen. Es handelt sich um Exklusion, wenn große Teile der Bevölkerung von den freien Wahlen ausgeschlossen bzw. exkludiert sind, wodurch der Grundsatz der freien, allgemeinen und fairen Wahlen verletzt wird. Gleichzeitig mit den freien Wahlen wird auch die Volkssouveränität beschädigt. Wenn das universelle Wahlrecht formal auf der Grundlage von Rasse, Geschlecht, Ethnie, Religion oder politischer Überzeugung basiert, ist die politische Partizipation der Bürger behindert und eingeschränkt, was zu einer starken Beschädigung des Wahlregimes (A) und der politischen Teilhaberrechte (B) führen kann (28).

In einer funktionierenden liberalen Demokratie werden die politischen Akteure durch die Volkswahlen legitimiert und sind an die in der Verfassung verankerten rechtsstaatlichen

Grundsätze gebunden. Im Fall des beschädigten Rechtsstaates der *illiberalen Demokratie* ist das Verhältnis von Staat und Bürger stark durch die Außerkraftsetzung wichtiger bürgerlicher Freiheits- und Schutzrechte des Individuums geprägt (28).

Illiberale Demokratien – wie im Kapitel vier der Arbeit im Zusammenhang mit der Analyse von Rumänien und Bulgarien zu verdeutlichen ist – zeichnen sich, ähnlich wie die anschließend erläuterten *delegativen Demokratien*, durch Beschädigungen der Rechtsstaatsdimension aus und betreffen zudem wesentlich den Kern des liberalen Selbstverständnisses, nämlich die Freiheit aller Staatsbürger vor dem Gesetz. Die Grenzen der Macht der politischen Akteure werden so überschritten, dass sich die Exekutive, die Staatsbürokratie und Teile der Judikative nicht gemäß den Prinzipien der Rechtsstaatlichkeit verhalten. Auch die staatliche Verwaltung sowie der Schutz der Rechte sind durch die nicht mehr gut funktionierenden, ineffizienten Gerichte beeinträchtigt (28, 29).

Bei der *delegativen Demokratie* ist das Prinzip der horizontalen Gewaltenteilung und somit der *checks and balances* stark beeinträchtigt. Im Falle der *delegativen Demokratie* ist die Gewaltenteilung der Legislative, Exekutive und Judikative nicht vollständig verwirklicht. Die Kontrolle der Exekutive ist durch die Legislative und durch die Judikative eingeschränkt. Dadurch ist die horizontale Kontrolldimension der Demokratie beschädigt. Die politische Gesamtstruktur ist in den *delegativen Demokratien* semi-pluralistisch, wobei die Exekutive infolge der Beschädigung der beiden anderen Gewalten eine erhöhte Machtausübung beansprucht. Demnach handelt es sich um die Konzentration politischer Macht durch die Exekutive, um die Verletzung der Legislative und um die Missachtung der Judikative. Die politische Machtausübung ist monokratisch und liegt dementsprechend vorwiegend in den Händen der Exekutive, z.B. meistens bei einem charismatischen Präsidenten, der die parlamentarische Kontrolle umgeht und starken Einfluss auf die unabhängige Justiz ausübt (28, 29).

In rechtstaatlichen Demokratien liegt die politische Macht ausschließlich bei den in allgemeinen und fairen Wahlen bestimmten Repräsentanten. In einer *Enklavendemokratie* werden die frei und fair gewählten Regierungsmitglieder durch eine externe „Vetomacht" beeinflusst. Diese können Militärangehörige, Separatisten, Unternehmer oder auch multinationale Konzerne sein, die gewisse Politikbereiche oder Teile des Staatsgebietes blockieren. Die politischen Akteure werden durch demokratische Wahlen gewählt und sind an die jeweilige demokratische Verfassung gebunden. Aber deren demokratisch legitimierte Befugnisse sind durch die Vetomächte enorm eingeschränkt. Dieser Typ der *defekten Demokratie* ist in Osteuropa eher selten; die *Enklavendemokratie* ist vor allem ein regionalspezifischer Typ von Lateinamerika und Südostasien, wo das Militär oft eine politische Vetorolle besitzt (28, 29).

BIBLIOGRAPHY

1. Auer, Andreas; Bützer, Michael (2001): Direct Democracy: The Eastern and Central European Experience.England: Ashgate Publishing Limited.

2. Beetham, David (1992): Liberal Democracy and the Limits of Democratization, In: Political Studies (XL), S. 40-53.

3. Beichelt, Timm (2001): Demokratische Konsolidierung im postsozialistischen Europa. Die Rolle der politischen Institutionen. Opladen: Leske + Budrich (6).

4. Beichelt, Timm (2002): Demokratie und Konsolidierung im postsozialistischen Europa: Zwischen Demokratie und Diktatur. Zur Konzeption und Empirie demokratischer Grauzonen. Hg. v. Petra Bendel, Aurel Croissant und Friedbert W. Rüb. Opladen: Leske + Budrich, S. 183–198.

5. Bendel, Petra; Croissant, Aurel und Rüb, Friedbert W. (2002): Zwischen Demokratie und Diktatur. Zur Konzeption und Empirie demokratischer Grauzonen. Opladen: Leske + Budrich.

6. Bendel, Petra; Croissant, Aurel und Rüb, Friedbert W. (2003): Demokratie und Staatlichkeit. Systemwechsel zwischen Staatsreform und Staatskollaps. Opladen: Leske + Budrich.

7. Birch, Anthony (1993): The Concepts and Theories of Modern Democracy. London/ New-York, S. 69.

8. Bleckmann, Albert (1998): Vom Sinn und Zweck des Demokratieprinzips: ein Beitrag zur teleologischen Auslegung des Staatsorganisationsrechts. Berlin.

9. Böckenförde, Ernst-Wolfgang (1991): Staat, Verfassung, Demokratie: Studien zur Verfassungstheorie und zum Verfassungsrecht. Frankfurt a.M., S. 324

10. Croissant, Aurel; Kneip,Sascha und Petring, Alexander (2017): Demokratie, Diktatur, Gerechtigkeit. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

11. Culic, Irina (2001): Romania. In: Andreas Auer und Michael Bützer: Direct Democracy: The Eastern and Central European Experience. England: Ashgate Publishing Limited, S. 141–154.

12. Dahl, Robert A. (1976): Vorstufen zur Demokratie-Theorie. Tübingen, S. 30.

13. Dahl, Robert A. (1989): Democracy and Its Critics. New Haven/London.

14. Dawisha, Karen; Parott, Bruce (1997): The consolidation of democracy in East-Central Europe. Authoritarism and Democratization in Postcommunist Societies. United Kingdom: Cambridge University Press.

15. Delhey, Jan (2001): Osteuropa zwischen Marx und Markt. Soziale Ungleichheit und soziales Bewußtsein nach dem Kommunismus. Beiträge zur Osteuropaforschung. 4 Bände. Hamburg: Reinhold Krämer Verlag (4).

16. Eicher, Claudia; Beichelt, Timm (2006): Osteuropa. In: Wolfgang Merkel, Hans-Jürgen Puhle, Aurel Croissant und Peter Thiery: Defekte Demokratie. Band 2: Regionalanalysen. 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 295–441.

17. Elster, Jon (1988): Introduction, In: Jon Elster, Rune Slagstad (Hg.): Constitutionalism and Democracy.Cambridge, S.11-18.

18. Grotz, Florian; Müller-Rommel, Ferdinand (2011): Regierungssysteme in Mittel- und Osteuropa. Die neuen EU-Staaten im Vergleich. 1.Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

19. Habermas, Jürgen (1994): Über den internen Zusammenhang von Rechtsstaat und Demokratie, In: Ulrich K. Preuß (Hg.): Zum Begriff der Verfassung. Die Ordnung des Politischen. Frankfurt a.M., S. 83-95.

20. Herrmann, Axel (2008): Menschenrechte im demokratischen Rechtsstaat. Bundeszentrale für Politische Bildung. Online verfügbar unter https://www.bpb.de/izpb/8333/menschenrechte-im-demokratischen-rechtsstaat?p=all, zuletzt geprüft am 13.05.2019.

21. Höpken, Wolfgang (2015): Herrschaft und Alltag auf dem Balkan. Kontinuitäten und Brüche zwischen Nationalstaatlichkeit und Post-Sozialismus (19.-21. Jahrhundert). In: Klaus Roth, Wolfgang Höpken und Gabriella Schubert (Hg.): Europäisierung- Globalisierung- Tradition. Herrschaft und Alltag in Südosteuropa. Südosteuropa Jahrbuch. 50. Internationale Hochschulwoche der Südosteuropa-Gesellschaft in Tutzing 4.-7-Oktober 2011. Verlag Otto Sagner (Band 41), S. 55–146.

22. Ismayr, Wolfgang (2010): Die politischen Systeme Osteuropas. In: Sabine Riedel: Das politische System Bulgariens. 3.aktualisierte und erweiterte Auflage. Hg. v. Wolfgang Ismayr. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 677–728.

23. Kitschelt, Herbert (1994): The Transformation of European Social Democracy. Cambridge Studies in Comparative Politics.

24. Kollmorgen, Raj; Schrader, Heiko (2003): Postsozialistische Transformationen: Gesellschaft, Wirtschaft, Kultur. Theoretische Perspektiven und empirische Befunde. Transformationen -Gesellschaften im Wandel. Würzburg: ERGON Verlag (6).

25. Lauth, Hans-Joachim (1997): Dimensionen der Demokratie und das Konzept defekter und funktionierender Demokratien, in: Gert Pickel und Jörg Jacobs (Hg.): Demokratie. Entwicklungsformen und Erscheinungsbilder im interkulturellen Vergleich. Frankfurt O./Bamberg, S. 33-55.

26. Merkel, Wolfgang (2000): Systemtransformation. Eine Einführung in die Theorie und Empirie der Transformationsforschung. 2.überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

27. Merkel Wolfgang; Puhle, Hans-Jürgen (1999): Von der Diktatur zur Demokratie. Transformationen, Erfolgsbedingungen, Entwicklungspfade. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

28. Merkel, Wolfgang; Puhle, Hans-Jürgen; Croissant, Aurel; Thiery, Peter (2003): Defekte Demokratie. Band 1:Theorie Opladen: Leske + Budrich.

29. Merkel, Wolfgang; Puhle, Hans-Jürgen; Croissant, Aurel; Thiery, Peter (2006): Defekte Demokratie. Band 2:Regionalanalysen. 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

30. Neumann, Franz (1995): Demokratietheorien- Modelle zur Herrschaft des Volkes, In: Franz Neumann (Hg.):Handbuch Politische Theorien und Ideologien. Band 1. Opladen, S. 1-70.

31. O'Donnell, Guillermo; Schmitter, Philippe C. (1993): Transitions from Authoritarian Rule. Tentative Conclusions about Uncertain Democracies. London: The Johns Hopkins University Press.

32. Offe, Claus (1994): Designing Institutions for East European Transitions. Forschungsberichte. Bd. 19. Wien.

33. Przeworski, Adam (1986): Some Problems in the Study of the Transition to Democracy, In Guillermo O'Donnell, Philippe C. Schmitter, Laurence Whitehead (Hg.): Transitions from Authoritarian Rule: Comparative Perspectives. Baltimore/London, S.47-64.

34. Przeworski, Adam (1988): Democracy as a contingent outcome of conflicts, In: Jon Elster, Rune Slagstad (Hg.): Constitutionalism and Democracy. Cambridge, S.59-80.

35. Roth, Klaus; Höpken, Wolfgang; Schubert, Gabriella (Hg.) (2015): Europäisierung- Globalisierung- Tradition. Herrschaft und Alltag in Südosteuropa. Südosteuropa Jahrbuch. 50. Internationale Hochschulwoche der Südosteuropa-Gesellschaft in Tutzing 4.-7- Oktober 2011. Verlag Otto Sagner (Band 41).

36. Sartori, Giovanni (1997): Demokratietheorie. Erweiterte Ausgabe. Darmstadt, S. 281.

37. Schulze, Hagen (1999): Staat und Nation in der europäischen Geschichte. München, S. 64.

38. Sterbling, Anton (2009): Krisen und Wandel. Hamburg: Reinhold Krämer Verlag.

39. Thiery, Peter (2002): Demokratie und defekte Demokratien. Zur notwendigen Revision des Demokratiekonzeptes in der Transformationsforschung: Zwischen Demokratie und Diktatur. Zur Konzeption und Empirie demokratischer Grauzonen. Hg. v. Petra Bendel, Aurel Croissant und Friedbert W. Rüb. Opladen: Leske + Budrich, S. 71–98.

40. Valenzuela, Samuel L. (1992): Democratic Consolidation in Post-Transitional Settings: Notion, Process and Fascilitating Conditions, in: Scott Mainwaring, Guillermo O'Donnell (Hg.): Issues in Democratic Consolidation. The New South American Democracies in Comparative Perspective. Notre-Dame, S.57-104.

41. Veen, Hans-Joachim (2004): Alte Eliten in jungen Demokratien? Wechsel, Wandel und Kontinuität in Mittel-und Osteuropa. Köln: Böhlau Verlag.

42. Weber, Max (1976): Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie. 5.Auflage.Studienausgabe. Tübingen.

STUDY ON THE CONCEPT APPOINTED „THE ORGANIZATIONAL CULTURE" OF AN INSTITUTION

Arina Modrea and Camelia Fărcaş
Assoc. Prof., PhD, UMFST Târgu Mureş, „Tiberiu Popoviciu" High School of Cluj-Napoca

Abstract: The article aims to present a well-organized synthesis of the concept related to the „organizational culture„ a defining and essential element for the proper functioning of an organization. Organizational culture is characterized by the following features: elements, functions and types of organizational culture, as well as research methods used in the analysis of organizational culture. This study focuses only on the treatment of the essential elements of the organizational culture.

Keywords: organizational culture, values, elements, organization, human resource.

Cunoaşterea culturii organizaţionale este necesară şi utilă deoarece constituie, probabil unicul şi cel mai folositor element anticipativ, pe termen lung al unei organizaţii. Pentru cineva din exterior şi chiar din interior poate fi dificil să pătrundă în cultura organizaţiei deoarece aceasta este deseori considerată drept un univers de convingeri, valori şi concepţii care rareori este declarat sau supus chestionării, mai ales de cei care au o experienţă limitată în privinţa altor organizaţii sau culturi. Cu toate acestea înţelegerea şi cunoaşterea culturii organizaţionale este esenţială în situaţiile în care este nevoie să se adapteze unor condiţii de schimbare.[3, 7,10]

Cultura organizaţională poate fi definită ca un complex specific de valori, credinţe conducătoare, reprezentări, înţelesuri, căi de gândire împărtăşite de membrii unei organizaţii care determină modurile în care aceştia se vor comporta în interiorul şi în afara organizaţiei şi care sunt transmise noilor membrii drept corecte. Ea este mediul care poartă mesaje şi în care se realizează relaţii interpersonale şi intergrupale. Cultura se bazează pe credinţe, valori şi comportamente considerate adecvate de membrii acesteia. Cultura poate cauza părăsirea organizaţiei de către angajaţi sau îi poate face pe aceştia să se comporte în mod consecvent cu distincţie.[8, 11,12]

Cultura orgaziţională poate fi abordată sub diverse moduri, motiv pentru care s-au formulat numeroase definiţii pentru acest concept, fiecare dintre acestea evidenţiind anumite elemente componente ale acestuia.[9,14,15] Cultura organizaţiei poate fi văzută ca expresie a normelor şi valorilor, ea reprezentând acel patern al valorilor şi normelor care disting o organizaţie de cealaltă desemnând ceea ce este important pentru organizaţia respectivă.[22,27]

Charles Handy defineşte cultura organizaţională ca fiind „ o agregare de valori , credinţe şi atitudini", împărtăşite de membrii organizaţiei. O astfel de agregare este mai mult o reflectare a însăşi valorilor, credinţelor şi atitudinilor organizaţiei.

Atunci când avem de-a face cu cercetări multidisciplinare asupra unui domeniu sau asupra unei teme este foarte dificil să trasăm riguros linii de demarcaţie care ar privilegia un punct de vedere sau altul. Atitudinea interdisciplinară ne obligă să ne ocupăm de problema definirii culturii din perspectiva asocierii critice a informaţiilor pe care ni le oferă diverse abordări . Pentru a da un conţinut semnificativ culturii trebuie decupată o hartă a definiţiilor

acestora chiar dacă în nenumărate rânduri clarificările conceptuale se dovedesc antagonice şi este dificil de identificat o constantă.

Elementele recurente în definirea culturii organizaţionale sunt : seturile de valori şi normele fixate în limbaje specifice cu o anumită finalitate ,credinţele şi concepţiile personalului (reprezentând un sistem de referinţe colectiv) nucleul obişnuinţelor, atitudinilor generate de tabuuri , interdicţii şi identificări cu eroii sau cu proiecţiile organizaţiei ideale, ceremoniile , ritualurile, simbolurile , miturile cu funcţie integratoare, opiniile care decurg din manipularea codurilor, experienţele individuale, standardele sociale şi practicile obişnuite.[1, 4, 18]

În tabelul de mai jos am citat câteva definiţii esenţiale ale culturii organizaţionale:

Tabel 1.Definiţii ale culturii organizaţionale

Definiţii ale culturii organizaţionale	Autori
,, Cultura înseamnă concepţiile managerilor la vârf ai unei companii despre cum trebuie să acţioneze şi să- i dirijeze pe ceilalţi angajaţi, dar şi cum ar trebui condusă afacerea”	J. Lorsch
,, Cultura reprezintă setul de valori aparţinând organizaţiei care îi ajută pe membrii acesteia să înţeleagă scopul pe care şi- l propune , modalitatea de acţiune şi ceea ce se consideră a fi important”	R. Griffin
,, Cultura organizaţională este o colecţie de convingeri şi reacţii organice aproape instinctive de eroi şi personaje negative, de realizări, interdicţii şi porunci”	F. Nancy
,, Cultura reprezintă ansamblul de valori şi credinţe împărtăşite de personalul unei organizaţii, având anumite semnificaţii şi oferindu- le reguli pentru un comportament acceptat”	S. Davis
,, Cultura organizaţională este un set de credinţe împărtăşite de cea mai mare parte a personalului unei organizaţii , referitoare la felul în care trebuie să se comporte angajaţii în procesul muncii şi la cele mai importante scopuri şi sarcini pe care le au de realizat”	N. Oliver J. Lowe
,, Operaţional, cultura sete definită ca totalitatea principiilor de bază care reunesc membrii unei comunităţi . Toate acestea , legate de calităţile psihice arată înţelegerea şi acordul unui grup, modul în care se iau deciziile şi se abordează problemele”	R. Kilman

Def: Termenul ,,cultură”provine din antropologie. El a fost utilizat pentru a reprezenta într-un sens foarte larg elementele fizice şi spirituale pe care o anumită colectivitate umană le-a transmis de la o generaţie la alta.

Cu toate că acest concept a fost amplu dezbătut şi mediatizat în ultimii ani, nu s-a ajuns încă la o definiţie universal recunoscută a culturii organizaţionale. Prezentăm în continuare, câteva dintre cele mai uzitate definiţii ale culturii organizaţionale:

În “American Heritage Dictionary” cultura este definită ca fiind “totalitatea credinţelor, valorilor, comportamentelor, instituţiilor şi alte rezultate ale gândirii şi muncii umane, ce sunt transmise social în cadrul unei colectivităţi.”

“Webster’s New Collegiate Dictionary” defineşte cultura organizaţională ca fiind ”un model de integrare a comportamentului uman ce include modalităţi de gândire, limbaj, acţiune cât şi artefacturi, şi care depinde de capacitatea umană cu privire la procesele de învăţare şi transmitere a cunoştinţelor către generaţiile următoare.”

Cu toate că acest concept a fost dezbătut şi mediatizat , în ultimii ani nu s-a ajuns încă la o definiţie universal recunoscută a culturii organizaţionale.

Ouchi defineşte cultura organizaţională ca “un set de simboluri, ceremonii şi mituri ce comunică credinţele şi valorile de bază al organizaţiei membrilor săi.”

Peters şi Wateman considera cultura organizaţională ca " un set coerent şi dominant de valori împărtăşite, transmise prin mijloace simbolice precum poveşti, mituri, legende, sloganuri, anecdote, povestioare."

Potrivit lui Andre Laurent (INSEAD) "cultura unei organizaţii reflectă prezumţiile despre clienţii, angajaţii, misiunea, produsele acestea, prezumţii care au funcţionat bine în trecut şi care au fost translatate în atitudini, comportamente, aşteptări despre ceea ce este legitim, despre modalităţile dorite de gândire şi acţiune."

Ovidiu Nicolescu apreciază că, "cultura organizaţională rezidă în ansamblul valorilor, credinţelor, aspiraţiilor, aşteptărilor şi comportamentelor conturate în decursul timpului în fiecare organizaţie, care predomină în cadrul său şi care îi condiţionează direct şi indirect funcţionalitatea şi performanţele."

Edgar Schien vede cultura organizaţională ca fiind "un model al prezumţiilor de bază învăţat, descoperit sau dezvoltat de către un anumit grup, o anumită colectivitate, în procesul de învăţare a cum să-şi rezolve cu succes problemele de adaptare externă şi integrare internă, care a funcţionat suficient de bine o anumită perioadă pentru a fi validat şi care urmează să fie transmis noilor membrii, ca fiind modul corespunzător de a percepe, gândi şi simţi vis-à-vis de acele probleme."

Cultura organizaţională reprezintă totalitatea valorilor, simbolurilor, ritualurilor, ceremoniilor, miturilor, atitudinilor şi comportamentelor ce sunt dominante într-o organizaţie, sunt transmise generaţiilor următoare ca fiind modul normal de a gândi, simţi şi acţiona şi care au o influenţă determinantă asupra rezultatelor şi evoluţiilor acesteia.

În ciuda atâtor definiţii, se observă că există o serie de trăsături comune:

- Toate definiţiile au în vedere un set de înţelesuri şi valori ce aparţin indivizilor din organizaţie;
- Înţelesurile şi valorile ce constituie baza culturii organizaţionale sunt o sinteză a celor individuale;
- Valorile, credinţele sunt reflectate în simboluri, atitudini, comportamente şi diferite structuri;
- Formele de manifestare ale culturii organizaţionale influenţează semnificativ evoluţia şi performanţele organizaţiei.

Cultura organizaţională include următoarele elemente : acţiuni comportamentale regulate care apar în interacţiunea dintre oameni cum ar fi ritualuri şi ceremonii organizaţionale şi limbaje frecvent folosite; normele care sunt împărtăşite/ acceptate de grupurile de lucru din toată organizaţia; valorile dominante impuse într- o organizaţie; filozofia după care se ghidează politica organizaţională în privinţa angajaţilor şi clienţilor; regulile pentru integrarea în organizaţie pe care un nou venit trebuie să le înveţe pentru a deveni un membru acceptat; sentimentul sau climatul care transpare într- o organizaţie prin aspectul fizic şi prin felul în care membrii acesteia interacţionează cu ,, clienţii" sau alte persoane din exterior.[11, 28]

Cultura organizaţională este alcătuită dintr-o serie de elemente ce pot fi mai mult sau mai puţin vizibile, în funcţie de cât de profund reuşim să pătrundem în straturile sale. Dificultatea perceperii culturii unei organizaţii provine atât din diversitatea formelor sale de manifestare, a gradului de vizibilitate, cât şi din faptul că ea cuprinde elemente care se manifestă la nivel conţient, dar şi la nivel de subconştient, la nivel de raţional, dar şi sentimental, emoţional.[16, 17, 29]

Modalităţile de manifestare a culturii organizaţionale îmbracă o mare diversitate de forme aşa după cum se prezintă în următoarea figură:

Fig. 1. Modalităţi de manifestare a culturii organizaţionale

Se poate întâmpla ca atunci când suntem într-o cultură care ne este familiară, modalităţile de manifestare să nu ne apară foarte vizibile, deoarece ele fac deja parte din existenţa noastră. Ele sunt nişte repere care ne ghidează viaţa şi activitatea şi pe care le considerăm absolut normale şi chiar ne-ar veni greu să ne imaginăm că ele ar putea îmbrăca alte forme.

Situaţia este însă diferită atunci când interacţionăm cu alte culturi care diferă de cea din care provenim. Mulţi specialişti consideră că există chiar un „şoc cultural" determinat de interacţiunea a două culturi şi de faptul că cineva care se confruntă cu elementele unei alte culturi îşi poate pierde acele repere care îi asigurau un confort psihologic şi emoţional.[23,26, 30]

Imersiunea într-o altă cultură este un fenomen foarte intens şi care poate declanşa o nelinişte majoră pentru un individ sau un grup, pe măsură ce încearcă să înţeleagă noul context şi să-i descopere semnificaţiile.

De aceea, pentru manageri sau alte categorii de personal ce sunt expatriaţi şi sunt nevoiţi să-şi desfăşoare activitatea o perioadă mai mare de timp într-un mediu cultural diferit de cel din care provin este imperios necesară o pregătire în domeniul culturii naţionale şi organizaţionale corepunzătoare noii locaţii unde vor activa.

Cultura organizațională a unei instituții se caracterizează prin următoarele instrumente: simboluri, valori organizaționale, norme de comportament, ritualuri şi ceremonii, istorioare şi mituri. În continuarea vom trata în profunzime doar influența simbolurilor în definirea culturii organizaționale a unei instituții, urmând ca într-un viitoare cercetare să studiem şi influența celorlate instrumente caracteristice culturii organizaționale.

Conceptul de simbol este utilizat pentru a caracteriza anumite fenomene organizaţionale şi manifestările lor la diferite niveluri. De multe ori, simbolurile sunt folosite în relaţiile cu alte culturi pentru a exprima anumite similarităţi sau diferenţe. O cultură poate fi privită ca un sistem de simboluri ce au rolul de a păstra ordinea şi de **a o** face funcţională.

În cadrul culturii organizaţionale, un aspect important îl constituie funcţia de reprezentare a simbolurilor, ce relevă faptul că acestea reprezintă (semnifică) ceva diferit sau

ceva mai mult decât simbolul respectiv în sine, indiferent dacă este vorba de o componentă materială sau nu. Ideea de bază este că simbolul surprinde relaţiile organizaţionale complexe (cognitive, emoţionale, estetice, etice etc.) într-o manieră socială şi economică, ce sunt dificil de exprimat sau comunicat în mod direct.

Simbolurile sunt instrumente necesare atunci când trebuie să fie combinate experienţele concrete cu conceptele abstracte, constituindu-se astfel într-o platformă remarcabilă pentru manipularea mentală şi comunicare. Există o serie de autori care, analizând sistemul de simboluri al unor organizaţii, vorbesc de acestea ca o „reprezentare colectivă şi simbolică a realităţii".

Un alt element se referă la prezumţia că simbolurile, sau realitatea simbolică, au propria logică (semiologia - ştiinţa logicii simbolurilor). Această logică se reflectă în puterea sa de generare a anumitor atitudini şi comportamente.[5, 21]

Un aspect ce nu trebuie neglijat atunci când ne referim la simboluri este acela că semnificaţia subiectivă pe care un individ sau un grup o atribuie unui obiect, fapt, expresie, este decisivă pentru interpretarea lor. Pentru ca anumite elemente, materiale sau nu, să aibă statut de simbol, este necesară existenţa mai multor persoane care să atribuie anumite mesaje, semnificaţii obiectelor respective. Relaţia anterioară ia deci naştere prin interacţiunea dintre un individ/grup şi un anumit obiect. Înţelegerea simbolurilor va însemna pentru membrii organizaţiei descifrarea mesajelor atât de suprafaţă, cât şi de profunzime pe care acestea le transmit.

Simbolurile pot îmbrăca o diversitate de forme. Ele pot fi împărţite, de exemplu, în: simboluri-acţiuni, simboluri- verbale sau simboluri- materiale.[2, 20,26]

- simbolurile-acţiuni constau în comportamente, fapte ce transmit semnificaţii majore componenţilor colectivităţii respective;
- simbolurile- verbale pot fi sloganuri, logosuri, anecdote, expresii speciale, etc.
- simbolurile- materiale: arhitectură, birou, mobilier, îmbrăcăminte, etc.

Simbolurile diferă şi în ceea ce priveşte complexitatea şi gradul de acoperire al acestora. Sloganul firmei şi locurile de parcare pentru top manageri sunt dintre cele mai simple.

Şedinţele, pe lângă rolul lor de instrument de schimb de informaţii şi adoptare de decizii, exprimă şi relaţiile sociale complexe, valori şi priorităţi ce pot ilustra un tip mai complex de simbolism. Misiunea firmei poate fi considerată şi ea un simbol cu efect puternic asupra membrilor acesteia.[31]

Recent o preocupare a multora dintre managerii firmelor de succes este aceea de a realiza o congruenţă între identitatea firmei (ca fiind percepţia membrilor organizaţiei asupra acesteia) şi imaginea firmei (ca mod de percepere a acesteia din exterior). Ideea este că imaginea organizaţiei corespunde culturii sale unice, reflectată în modul în care aceasta acţionează. Totodată, prin această „imagine", managerii doresc să influenţeze, să construiască o percepere cât mai bună a mediului exterior cu privire la viabilitatea şi capacităţile organizaţiei.

Simbolurile într-o organizaţie cuprind arhitectura, caracteristicile biroului, mobila, numele organizaţiei, logosul său etc. Ele pot fi reprezentate de orice obiect, eveniment, comportament ce serveşte ca un vehicul pentru transmiterea unor mesaje, declanşarea unor emoţii sau energizarea salariaţilor.

Oamenii crează simboluri pentru a depăşi incertitudinea şi haosul. Ele sunt de ajutor pentru că ne pot ajuta să analizăm şi să înţelegem comportamentul organizaţiei prin simbolurile utilizate.

Cadrul simbolic de referinţă este util atunci când organizaţia se află într-un mediu dinamic şi ea însăşi se schimbă semnificativ. Când ne gândim la un eveniment sau la un lucru concret creierul nostru lucrează cu ele în mod simbolic. Creierul utilizează cuvinte ca

simboluri ale unor evenimente concrete. Simbolizarea este capacitatea creierului de a reprezenta o experienţă, chiar şi atunci când stimulul respectiv nu este prezent.

Un semn poate fi, de asemenea, un simbol. Limbajul este iarăşi un simbol şi o parte importantă a culturii organizaţionale. Organizaţiile au fiecare propriile simboluri pe care liderii le utilizează pentru a exprima cultura organizaţională, diferite valori sau viziunea lor despre viitor. Aceste simboluri definesc caracterul unei organizaţii mai mult decât anumite organigrame sau proceduri formale (sau declaraţii). Putem să spunem că leadershipul reprezintă şi utilizarea simbolurilor, a legendelor, tradiţiilor şi a celorlalte elemente culturale.

Liderii utilizează frecvent simbolurile, ceea ce le conferă o forţă remarcabilă. Prin utilizarea lor, ei apelează nu numai la resursele fizice şi intelectuale ale susţinătorilor, ci şi la emoţiile acestora.[6]

Simbolurile concentrează atenţia într-un mod emoţional. Prin atenţia acordată unui lucru de către lider, lucrul acela poate deveni un simbol. Cuvintele utilizate, jargonul său, pot reprezenta simboluri. O dată ce susţinătorii înţeleg mesajele simbolice, organizaţia poate evolua în direcţia dorită, fără o supervizare strictă.

Promovarea unei persoane în firmă poate avea de exemplu, o valoare simbolică, deoarece se evidenţiază ce anume este apreciat în respectiva firmă.[14, 20]

Artefacturile pot fi considerate ca simboluri ale culturii organizaţionale.

Noţiunea de artefacturi este utilizată în general pentru a descrie elementele fizice ale activităţii umane în cadrul organizaţiei, sub formă de clădiri, echipamente, produse etc. Ele pot transmite o serie de mesaje privind anumite valori, comportamente din cadrul organizaţiei. Astfel de elemente ce relevă statutul unor persoane în ierarhia organizaţiei pot fi mărimea biroului, mobila din cadrul acestuia, spaţiul personal de parcare, chiar arhitectura clădirii etc.

Artefacturile includ clădiri, logosul firmei, caracteristicile biroului, mobila etc. şi acestea sunt simboluri ce transmit salariaţilor semnale despre ceea ce consideră managerii că este important şi cum se diferenţiază firma de altele similare.

Artefacturile sunt o parte importantă a culturii organizaţionale, dar, de regulă, ele au un impact mai redus asupra comportamentului oamenilor decât anumite elemente „mentale" de cultură organizaţională. Mediul fizic, tehnic, artistic creat într-o organizaţie are rolul lui în condiţionarea comportamentului uman. El reflectă valorile membrilor culturii şi chiar o ierarhizare a acestora. Totodată, ele pot ajuta la păstrarea şi comunicarea culturii organizaţionale în spaţiu şi timp.

Artefacturile reprezintă o parte importantă a elementelor concrete dintr-o structură socială şi sunt cele mai repede percepute dintre toate simbolurile organizaţiei, în care membrii grupului se mişcă şi încearcă să le modifice. Elementele fizice influenţează comportamentul salariaţilor atât prin| modul în care ele sunt construite şi proiectate funcţional, cât şi prin mesajele simbolice pe care le transmit.

Climatul organizaţional tinde să reflecte valorile, sentimentele membrilor unui grup, prin crearea unui mediu fizic şi spiritual care să le reprezinte fidel şi care să ofere componenţilor săi un mediu în care să se simtă în siguranţă şi confortabil.[11, 19]

Organizaţia funcţionează şi evoluează datorită existenţei unor factori interni care o ajută să supravieţuiască şi să se dezvolte. Modul de combinare a acestor factori, caracteristicile, resursele pe care le însumează, determină ca ea să-şi formeze un anumit comportament, o anumită „zestre culturală", în acelaşi timp, firma funcţionează într-un context cultural mult mai larg, care generează o serie de presiuni asupra acesteia, oferindu-i atât ameninţări, cât şi oportunităţi.

De aceea, mediul fizic, de exemplu clădirile, trebuie să reflecte; simbolismul propriu al culturii organizaţionale a firmei, individualitatea sa dar, în acelaşi timp, să reflecte şi simbolismul care este instituţionalizat în acel context cultural general, specific unei anumite zone sau naţiuni.

Se consideră că fiecare om are o anumită capacitate de a citi şi de a *descifra* mesajele transmise de elementele fizice. Codurile care sunt utilizate pentru această decodificare sunt însă influenţate de anumiţi factori sociali şi culturali, de experienţa persoanelor vis-â-vis de aceste construcţii sociale.

Există numeroase studii sociologice, psihologice care demonstrează influenţele culturale asupra procesului prin care oamenii asociază diferite înţelesuri artefacturilor cu care vin în contact.[25, 31]

Se poate afirma că raţiunea de bază pentru arhitectura unei clădiri aparţinând unei firme are în vedere într-o mare măsură crearea unei individualităţi, a unei unicităţi, atât pentru proprii angajaţi, cât şi pentru persoanele din afara organizaţiei. Ele încearcă să fie adevărate simboluri pentru ceea ce firma este şi îşi propune să fie şi să comunice aceste mesaje.

Modul în care o clădire este proiectată, mobilată, compartimentată, are un impact major asupra comportamentului uman în general (în ceea ce priveşte modelele de interacţiune, stilul de comunicare etc.), cât şi performanţele salariaţilor (productivitatea muncii, eficienţă etc.). Este vorba de crearea unui mediu prietenos, stimulativ, care să energizeze salariaţii.

Oamenii răspund spontan, prin adoptarea unui comportament considerat adecvat, atunci când descoperă primele indicii, primele mesaje pe care le trasmnite o clădire, un anumit mediu fizic. Această recunoaştere se bazează pe cunoaştere şi/sau asociere. Aşa se explică de ce marea parte a oamenilor, atunci când intră în anumite clădiri aparţinând unor instituţii (exemplu: biserică, spitale, universităţi etc.) adoptă un comportament comun.

Se poate vorbi de o anumită „memorie" sau „inteligenţă" emoţională ce ajută oamenii să-şi manifeste rapid comportamentul conform unor modele anterioare pe care le-a învăţat sau le-a experimentat.[13, 27]

Clădirile pot fi utilizate şi pentru a exprima filosofía managerială a firmei respective. Menţionăm aici cazul firmei suedeze SAS care şi-a construit o clădire pentru sediul său central cu puţine etaje, extinsă pe orizontală şi nu pe verticală.

Mesajele comunicate atât verbal cât şi prin modul de realizare a construcţiei, au afirmat dorinţa managerilor firmei de a transforma SAS într-o firmă flexibilă, cu puţine nivele ierarhice, pentru a favoriza comunicarea şi cooperarea şi a creşte eficacitatea şi eficienţa firmei.

Un alt exemplu este cel al firmei Levi's, celebrul fabricant de blugi, care a dorit un sediu pentru centrul său din San Francisco. Clădirea realizată, impunătoare şi cu numeroase etaje, a fost considerată însă, că nu corespunde filosofiei şi stilului de afaceri, profilului firmei Levi's. Ca urmare, ei au renunţat la aceasta şi şi-au construit sediul sub forma unui campus, cu clădiri, cu terase şi cu un parc în mijloc. Firma a reuşit astfel să creeze atmosferă „studenţească", relaxantă şi stimulativă pentru salariaţii săi.

Clădirile sunt utilizate de către unele firme şi pentru a-şi expune statutul pe care îl au, poziţia ce o deţin pe piaţă şi puterea, forţa economică. Apar astfel clădiri mari, luxoase, cu mobilă scumpă şi decoraţiuni costisitoare. De multe ori, este valorificat şi numele arhitectului care proiectează clădirea, ca o apreciere a calităţii şi bunului gust al proprietarilor şi managerilor firmei.

Ele devin un fel de obiecte de artă ce stimulează salariaţii să se identifice cu firma şi să se implice cât mai mult în activităţile acesteia, atât fizic, intelectual, cât şi emoţional. O simbolistică deosebită o au clădirile ce reflectă istoria şi tradiţiile firmei, clădiri ce au aparţinut de zeci de ani organizaţiei. Punerea lor în valoare accentuează continuitatea, forţa şi prestigiul de care se bucură firma respectivă.

În concluzie putem afirma că, cultura organizaţională conţine ca elemente esenţiale un set de credinţe, valori şi norme comportamentale ce reprezintă platforma de bază privind percepţia salariaţilor asupra a ceea ce se întâmplă în organizaţie; ceea ce este dorit şi acceptat şi ceea ce reprezintă o ameninţare.

Credinţele şi valorile sunt considerate constituenţi ai viziunii organizaţionale. Pentru a menţine un sistem de valori pe care un grup îl consideră acceptabil din punct de vedere social, se impune ca acesta să dezvolte un sistem de noime de conduită care să ghideze acţiunile membrilor săi. Ritualurile şi ceremoniile reprezintă anumite modele colective de comportament, în special în situaţii cu un caracter predominant formal. Ele tind să fie relativ stabile de-a lungul timpului şi au un bogat conţinut simbolic. Ritualurile reprezintă un set de acţiuni planificate, cu conţinut emoţional, ce combină diferite modalităţi de expresie a culturii organizaţionale. Acestea au adesea atât o finalitate practică, cât şi simbolică. Ritualurile confirmă şi reproduc anumite modele sociale. Istorioarele transmit în fapt informaţii, morală, valori şi sunt prezentate în forme ce pot fi uşor reţinute. Ele însumează ideile principale şi transmit mesaje simple, dar semnificative, atât pentru salariaţi, cât şi pentru diferiţi stakeholderi. Ele se concentrează pe probleme de morală, socializare şi legitimitate, reflectă şi consolidează credinţe în forţa organizaţiei.

În consecință, cultura organizationala este cu atât mai importantă, cu cât ea reflectă mai putemic valorile, atitudinile şi comportamentele managerilor. Salariaţii urmăresc şi evaluează în permanenţă manifestarea managerilor şi cărora le acordă o puternică încărcătură simbolistică. Mai mult, executanţii îşi aleg modele dintre managerii instituției, încercând să afişeze aceleaşi elemente ce îi caracterizează.

BIBLIOGRAPHY

1. Baker Stanley, *School counseling for the twenty-first century*, second edition, Prentice Hall Publication, NY, 1996.
2. Bartoli, A. , *Communication et organization*, Les Editions d' organisation, Paris, 1990
3. Birsan, Silvia, *Cultura organizatiilor si dezvoltarea organizatiilor* ,Editura Briliant , Bucuresti,1999
4. Boboc, Ion , *Comportament organizaţional şi managerial . Fundamente psihologice şi politologice* , volumul I , *Comportament organizaţional*, Editura economică, Bucureşti , 2003
5. Burzănescu , Ştefan , *Introducere în sociologia organizaţională şi a conducerii*, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 1995
6. Cândea, Rodica M. , Cândea , Dan , *Comunicarea managerială*, Editura Expert, Bucureşti, 1996
7. Catană Doina, *Management general*, Editura Tipomur, Tg.-Mureş, 1994.
8. Cole G.A., *Personnel Management*, Letts Educational, London, 1997.
9. Cole, G.A., *Managementul personalului*, CODECS, Bucureşti, 2000.
10. Cristea, Dumitru, *Tratat de psihologie socială* , Editura ProTransilvania, Bucureşti, 2001
11. Denison, D.R., *Corporate Culture and Organizational Effectiveness*, J. Wiley& Sons, New York, 1990
12. Handy, Charles, *Undestanding Organizations , Oxford University Press*, New York, 1993
13. Hofstede, Geert, *Managementul structurilor multiculturale*, Editura economică, Bucureşti, 1996
14. Hollingsworth, M. J.– *Purpose and values*, The British Journal of Administrative Management, (January-February), 1999.
15. Lupan,Radu,*Cultura organizatiilor si potentialul lor de schimbare.Model in analiza organizatiilor ramanesti*,Editura Imprimeria Ardealului,Cluj-Napoca,2004

16. Manolescu, A. , *Managementul resurselor umane*, Editura RA, Bucureşti, 1998

17. Mockler, J. Robert, *Management strategic multinaţional*, Editura Economică, Bucureşti, 2001

18. Nastase,Marian, *Cultura organizaţională si manageriala,*Editura ASE,Bucuresti,2004

19. Neculau, Adrian, *Analiza şi intervenţia în grupuri şi organizaţii*, Editura Polirom, Iaşi, 2000

20. Nicolescu, O., *Management comparat, Editura Economică*, Bucureşti, 1988

21. Nicolescu, O., Verboncu, I., *Management*, Editura Economică Bucureşti, 2006.

22. Pitariu,H.Budeanu,A.*Cultura organizationala,modele si metode de interventie,*Editura ASCR,Cluj-Napoca,2007

23. Radu Nicolae (coordonator), *Psihologia socială,* Editura Fundaţiei, România de Mâine, Bucureşti, 2004.

24. Rusu, C. , *Management, Concepte, Metode, Tehnici*, Editura Expert, Bucureşti, 1996

25. Schmidt John, *Counseling in schools, Essential Services and Comprehensive Programs*, second edition, Allyn and Bacon Publishing Company, Massachusetts, 1996.

26. Stanciu, Şt. , *et al. , Managementul resurselor umane*, Editura Comunicare. ro Bucureşti, 2003

27. Stanciu, Ştefan, Ionescu, Mihaela Alexandra, *Cultura organizaţională*, Bucureşti, 2001

28. Vlăsceanu, Mihaela, *Organizaţii şi comportament organizaţional*, Editura Polirom, Iaşi, 2003

29. Vlăsceanu, Mihaela, *Organizaţiile şi cultura organizării*, Editura TREI, Bucureşti 1999

30. Zaiţ, Dumitru, *Management cultural. Valorizarea diferenţelor culturale*, Editura Economică, Bucureşti, 2002

31. Zamfir, Cătălin, *Incertitudinea; o perspectivă psihosocială*, Editura Ştiinţifică, Bucureşti, 1990Zlate Mielu, *Tratat de psihologie organizaţional-managerială*, Editura Polirom, Iaşi, 2007.

INTERDISCIPLINARITY AND CULTURAL ISSUES IN TEACHING ESP TODAY

Laura Ioana Leon
Assoc. Prof., PhD, "Grigore T. Popa" University of Medicine and Pharmacy, Iași

Abstract: As part of their academic curricula, in the first two years of study, medical students at the "Grigore T. Popa University of Medicine and Pharmacy" Iasi, take some ESP modules that focus on various topics of interest. One such topic is definitely the Academic Writing, a module in which students are taught how to fill in their application forms, how to write an essay or a dissertation. The aim of this paper is to show how medical students learn about the challenges of writing a personal statement in order to apply for a Western university. In the process of teaching about personal statements, besides using traditional methodologies, ESP teachers may also bring in some new insights by dealing with an interdisciplinary approach. This will enable students to understand more about the cultural issues involved in the process of writing a personal statement, especially since personal statements are not application forms required by the Romanian admission process. An effective way to teach them things both about the context in which these application forms are used, and the content they should have, is to watch the movie Admission (2013, directed by Paul Weitz). The movie provides the best interdisciplinary approach for medical students to learn about the American admission process, to evaluate the importance of such an application form and eventually to be more prepared to face these challenges themselves when they apply for scholarships at Western institution.

Keywords: interdisciplinarity, ESP, culture, academic writing, application forms, personal statement.

As part of their academic curricula, in the first two years of their studies, medical students at the "Grigore T. Popa" University of Medicine and Pharmacy Iasi take some ESP (English for Specific Purposes) modules that focus on various topics of interest that focus on the use of the English language in health care settings. One such topic is Academic Writing, a module in which students are taught how to fill in application forms or how to write an essay or a dissertation. The aim of this paper is to show how medical students learn about the challenges of writing a personal statement in order to apply to a Western University. In the process of teaching about personal statements, besides using traditional methodologies, ESP teachers may also bring in some new insights by dealing with an interdisciplinary approach. This will enable students to understand more about the cultural issues involved in the process of writing a personal statement, especially since personal statements are not application forms required by the Romanian admission process. An effective way to teach them things both about the context in which these application forms are used, and the content they should have is to watch the movie *Admission* (2013, directed by Paul Weitz) along with accessing online courses and YouTube videos that will provide the best interdisciplinary approach for medical students to learn about the Western admission process, to evaluate the importance of such an application form and eventually to be more prepared to face these challenges themselves when they apply to Western institutions.

Teaching ESP has become a more complex thing than most people would think today. ESP has always been a challenge for English teachers themselves because they've always had to overcome their own limitations as philologists in order to understand the specific field in

which they teach English. Thus, right from the start, the very idea of teaching ESP means dealing with interdisciplinarity. Moreover, today there is a lot of emphasis on trying to deal with interdisciplinarity in almost any field. The Internet has become part of our lives, English is the lingua franca of the Internet, so, no matter what we do, we are somehow forced to go through various field, test our skills in order to be effective and keep the pace with the development of technology: "Interdisciplinarity instruction allows us to understand our preconceptions of 'what is' and the framework by which we arrive at 'what is' /…/ Help students overcome a tendency to maintain preconceived notions. This is accomplished by recognizing the source of preexisting understandings they arrive with, and by introducing students to subject matter from a variety of perspectives that challenge their existing notions. Interdisciplinary instruction accomplishes this goal in two ways: first, by helping students identifying insights from a range of disciplines that contribute to an understanding of the issue under consideration. Second by helping students develop the ability to integrate concepts and ideas from these disciplines into a broader conceptual framework of analysis" (https://serc.carleton.edu/sp/library/interdisciplinary/why.html). Therefore many Western European and American universities focus on the promotion of interdisciplinarity today developing programs meant to spread the idea of interdisciplinary curricula, explaining and discussing the concept of interdisciplinarity. One such center is *The Center of Equity and Excellence in Teaching and Learning* at the San Francisco State University (http://ceetl.sfsu.edu/content/open-classrooms) or the one at the University of North Carolina (http://web.archive.org/web/20170914173828/http://www.learnnc.org/lp/pages/5196).

According to the SERC Portal of Education there are many benefits of interdisciplinary teaching: "Significant learning takes place when meaningful and lasting classroom experience occur, when teachers impart students with a range of skills, and insights about the educational process that students will see as meaningful and salient to them, they promote student engagement in the learning process and greater learning occurs" (http://ceetl.sfsu.edu/content/open-classrooms). The biggest gain of interdisciplinary instruction fosters the acquisition of foundational knowledge, promotes integration of ideas from multiple disciplines and provides insights on how to apply knowledge all of which advance a student's understanding of how to learn. Moreover, students are encouraged to account for the contribution of disciplines that highlight the roles of caring and social interaction when analyzing problems. Thus, the very structure of interdisciplinary learning is consistent with the core features of significant learning, so students are expected to find interdisciplinary education and thus an effective way to advance their understanding of topics under investigation" (http://ceetl.sfsu.edu/content/open-classrooms).

According to the National Council for Teachers of English (NCTE 1995), "educational experiences are more authentic and of greater value to students when the curricula reflects real life, which is multi-faceted rather than being compartmentalized into neat subject-matter packages" (Edwards 6). In their view, real-world problems are complex, so no single discipline can adequately describe and resolve these issues. Therefore, they are not surprised that interdisciplinary forms of learning are prevailed and growing in abundance and stature throughout higher education (Edwards 6). Undoubtedly interdisciplinarity becomes a must today and it will surely enable students to get a more comprehensive look at the topics they are studying by discussing them from multiple perspectives. We believe that traditional methods, when it comes to teaching application forms are no longer sufficient, therefore we should not be wrong in trying to approach their teaching from an interdisciplinary perspective. Our medical students focus on the CV, letter of application and the personal statement. It is the personal statement, however, out of the three above-mentioned application forms, that comes with the biggest challenges and this is one of the reasons for which we need more than one seminar to discuss this topic. The challenges come

mainly from the fact that the admission process in Romania follows different steps than the one in the Western system. In the Western system the personal statement is probably the document that weighs the most in an applicant's folder, so it becomes a central document that requires maximum focus.

The personal statement is the best opportunity to make use of interdisciplinarity and the method has already proven its effectiveness with 1st year students in Dental Medicine and Pharmacy at the "Grigore T. Popa" University of Medicine and Pharmacy Iasi. The personal statement is basically an essay that prospective students must write in order to explain their reasons for wanting to study at a particular university and to follow a specific career. The first cultural challenge students encounter is the fact that they have to cope with a very unhappy Romanian translation ("scrisoare de motivatie") that becomes very misleading, the document being in fact an essay without a title, having nothing to do with the idea of a letter (as the Romanian translation suggests). Then it is the whole idea of choosing a university in the Romanian system, a gesture that is not based on Western values (how prestigious the university may be, academic staff etc.), but, in most cases, the university's proximity to the student's hometown. Moreover, the way in which Romanian students envisage their future profession may differ substantially from the Western students' perspective. In a personal statement candidates would have to show that that they have already made a sort of a commitment to their future profession by getting relevant experience in this respect. Also, they would have to show the fact that they are aware of all the responsibilities, pressures and duties attached to the practice (Green 23). This is a very good moment to start reading and analyzing a sample of a personal statement that we can discuss together in our class. By reading such a sample students may see the structure and organization of the application form, see the content of the introduction, body and conclusion, seeing the way in which candidates build up their cases by giving examples of their relevant skills and qualifications, along with the activities (such as work shadowing) that prove them worthy as applicants.

After having discussed all these things, we can move on to the next stage that relies more on the idea of interdisciplinarity. First, knowing that students are constant Internet users, we can easily direct their attention to the online resources. One such very useful resource is the one offered by FutureLearn, www.futurelearn.com, where students can access free online courses and meet experts from the University of Sheffield who share their knowledge with anyone interested in learning about the topics presented. One such topic is the personal statement (along with other application forms such as the CV and the letter of application), https://www.futurelearn.com/courses/writing-applications, where students are taught how to write exceptional applications by attending these online courses where students may hear from employers and admission tutors to find out what they really look for in a candidate. The advantages of using these databases is that students can choose to learn about all these even outside the English class as such.

Likewise YouTube also offers enough tutorials where, with the proper guidance, students may find appropriate videos that explain, in a very systematic way, how a personal statement should be written. Thus, we can listen to the perspective of an admission tutor, to see exactly what she looks for in a candidate, based on her experience. Here is such an example that we have already used in our ESP classes: https://www.youtube.com/watch?v=_8hFkMAjW-I. Jane Marshall, the admission tutor in this YouTube video, speaks about the way in which a candidate should show that he / she is unique: being excited about what he / she wants to do, being positive, and stressing upon the way in which he / she began to be interested in that particular subject, showing how excited he / she is to learn about the subject, not forgetting to add the personal touch that is so important in a personal statement. The conclusion is that a personal statement should be a combination between the head and the heart.

On YouTube we can also find all these things from the perspective of a student at the University of Birmingham, https://www.youtube.com/watch?v=gLokG6bhPCw. Emily Jenkinson, the 2nd year student creating this video, interviews some academics in order to see what they have to say about making a good personal statement. By getting several perspectives from various academics, students will get the idea of the most important things that admission tutors would like to find in the candidates' personal statements. Thus some will check to see how interested candidates are, some would rather want to see specific information (because the candidates may have the tendency to write too general personal statements). In whatever work experience they may get, they should show commitment (it's preferable to work for more than the standard required time, i.e. 6 weeks). Other admission tutors emphasized upon the importance of work shadowing, showing how important it is to watch professionals in action. Watching all these is very useful for students in order to get an overall idea of the major things that should be included in a personal statement.

Last, but not least, students may watch a movie or, better said, clips from a movie that show, among other things, glimpses of how the American admission system functions. Movies are very effective tools that can be used in ESP classes and "the movie learning scenario allows teaching points to be made quickly and directly with specific scenes /…/ Teaching with clips in which several rapid scenes are put together is preferable to viewing an entire movie. Nowadays we live in a dynamic and fast-paced environment of rapid information acquisition and high emotional impact. In this context it makes sense to make movie clips because of their brevity, rapidity and emotional intensity" (Blasco 4). This is exactly how we use the movie *Admission* (2013 – https://www.imdb.com/title/tt1814621/?ref_=nv_sr_srsg_0) to illustrate the most important things students should get about the admission process in the US but also about the way in which they should write their personal statements. The first 7 minutes of the movie are important for students to watch as it begins with a tour guide at a prestigious American university and they see how candidates are shown around, how important it actually is to visit the campus and get to understand as much as possible about the academic profile of the students they are looking for. Once you submit your application, everything is noted in your file, if you call the university, if you are late for the tour guide. Then students may watch some things about the inner process of selecting the candidates. As the main character in the movie (the admission officer) starts to read some of the applicants' personal statements, she starts to visualize them and, based on their attitude and general tone (some are begging, some show too much arrogance) she puts their folders in the rejection pile. The secret of getting in a university is to just be yourself. Authenticity is the solution. Students ma also learn that there are always to readers of your file, and they may also see how rigorous the process is (the admission officer has an entire ritual to prepare herself for the reading of the files and, as she is once interrupted by one of her younger colleagues, she calls on "applicatus interruptus" that require admission officers not to start a file if they cannot finish it). Admission officers also have field trips when they can visit other schools in order to advertise their programs but also as an opportunity to meet some of their prospective candidates. Throughout the movie students may listen to fragments from candidates' personal statements and they may also witness scenes from some interviews of the shortlisted candidates.

We believe that these techniques are quite effective when it comes to teaching application forms and especially the personal statement that, at least for Romanian candidates, may come with some extra challenges because of the differences in the admission systems. By and large the use of interdisciplinarity is very effective nowadays, the younger generation having found more effective ways to understand various topics belonging to different fields. Teaching application forms as part of Academic Writing in ESP classes is definitely not an isolated exercise. We have found some other topics that are well taught by

making use of all the variety of tools available today, the Internet, technology and some other means that can contribute to more effective ESP classes that would enable an easier transfer of knowledge to our students.

BIBLIOGRAPHY

https://serc.carleton.edu/sp/library/interdisciplinary/why.html
http://ceetl.sfsu.edu/content/open-classrooms
http://web.archive.org/web/20170914173828/http://www.learnnc.org/lp/pages/5196
www.futurelearn.com
https://www.futurelearn.com/courses/writing-applications
https://www.youtube.com/watch?v=_8hFkMAjW-I
https://www.youtube.com/watch?v=gLokG6bhPCw
https://www.imdb.com/title/tt1814621/?ref_=nv_sr_srsg_0

Blasco, Pablo Gonzales & others. **Education through Movies: Improving teaching skills and fostering reflection among students and teachers**. ***Journal for Learning through the Arts*** 11(1), 2015. https://escholarship.org/uc/item/2dt7s0zk

Edwards, A. **Interdisciplinary Undergraduate Programs: A Directory** (2nd edition). MA: Copely, 1996.

Green, Matt. **Succeeding in your application to Dental School**. London: BPP Learning Media, 2011).

TRANSLATION, COMMUNICATION, LEARNING AND TEACHING ROMANIAN LANGUAGE AND CULTURE TO THE FOREIGN STUDENTS IN THE DIGITAL AGE

Luiza Marinescu
Assoc. Prof., PhD, "Spiru Haret" University of Bucharest

Abstract: In the last 8 years, the Faculty of Letters, University Spiru Haret, Bucharest, Romania developed a program designed for the foreign students of the preparatory year, students from different parts of the world. Romanian language simultaneously teaching to different group of students was a privilege for researches in Romanian language, culture and civilization studies for foreign students from Algeria, Brazil, Bangladesh, Cameroon, China, Egypt, Jordan, Iraq, Japan, Nigeria, Pakistan, Portugal, Russia, Ukraine, South Africa, Syria and Turkey. The digital learning and the teaching strategy used for learning Romanian language and culture aims to create the conditions to allow all foreign students to take advantage of the opportunities offered by digital technology, in order to raise attainment, ambition and opportunities for all. This study refers to the particularities of reshaping the teaching of the Romanian language using technology. (MARINESCU, 2015 and 2017)
In some education systems in Romania, the basis of individualization was the intellectual level of the pupils or the level of knowledge. In this case it is considered that the individualization of the education is made by homogeneous groups. Teachers who support this type of teacher organization propose another criterion for classroom education: intellectual level of students or intellectual achievements obtained in the previous year. This creates the parallel classes that are not closed school units because if a student makes great progress he can move into a higher parallel class. Once the homogeneous division has been achieved, these classes keep organizing the classes and lessons. Only school curricula and teaching methods were different. Normal school programs were used for normal students. For gifted students, the school curriculum was richer, and in the late classes it was studied by a low curriculum. Regarding the teaching method, in verbal classes, verbal methods were used, while intangible and active methods were delayed. This form of organization is no longer valid for students of the Romanian language preparatory year who do not have a homogeneous level of knowledge.
Using technology in an educational environment not only better reflects young students' life outside the classroom, but also allows them to develop their digital skills in a way that will continue to be valuable throughout their adult life. The present study has the following structure:
1. Differential treatment in linguistic education in simultaneous teaching
2. Ways to make teaching more effective in simultaneous mode: the power and the impact of image in learning- a case study

Keywords: Romanian Language, teaching, Romanian Culture and Civilization, simultaneous education, translation, communication, digital learning.

1. Differential Treatment in Linguistic Education in Simultaneous Teaching

The existence of simultaneous teaching groups is inevitable in Romanian education, in the conditions in which the preparatory year is entirely conditioned by the visa regime granted to foreign citizens coming to study in Romania. Teaching under simultaneous conditions, a system imposed by the realities of higher education raises a number of specific problems, both for the didactic and for the student. Teaching Romanian language through

English language it is not always possible entirely, because of the different levels of knowledge of English language of the students. Simultaneous teaching of Romanian language means adapting the style of teaching at the level of understanding of each student using not only English as a landmark language, but also their mother tongue in order to translate and to understand Romanian as a foreign language comparative with students' mother tongue.

If, with regard to the professor, the simultaneous teaching imposes an alert rhythm of work and a thorough preparation of the activities, the emphasis of the student on independent work is on the optimization of the semi-structured understanding and activity. (ACKERLEY, 2003)

The secret to the success of a simultaneous activity is precisely the ability and the skill of the teacher to ensure, first of all, the content and forms appropriate to the independent work, the exercises he has to perform, as well as to directly alter the direct activity with the independent work of the students. (ZAJUNČKOVSKIJ, NICOLESCU, REPINA, 1996)

In simultaneous education, in particular, the essence is the use of what students know and can already do, supporting one another, sharing one another's experiences, knowledge, way of working to learn something new. Students easily learn from each other all kinds of things, especially not only in classroom, but also if at home they continue to speak together in Romanian. (TRIADAFILLU, 2003)

The frontal teaching of Romanian language and culture in simultaneous education has the following suitable activities:

- Teaching new knowledge;
- Verifying understanding of new knowledge (through questions addressed to the class);
- Writing the translation of Romanian words into the mother tongue of each student by the student himself/herself:
- Strengthening exercises (listening, repeating and recording with mobile phones, listening and correcting its own mistakes, loud reading, solving some blackboard exercises);
- Reading and debating some fragments of newspapers, magazines, books;
- Commenting on local or national events of interest to students;
- Educational games to train all students.

The activities that all students are trained are very important for simultaneous teaching as it contributes to the welding of the student team, which will make them communicate freely, without fear. (MADRONA FERNÁNDEZ, PISOT DÍAZ, 2009)

Frontal activities are characterized by a rigorous control of the teacher who determines the content, interaction, rhythm, duration of the activity. The professor corrects all students' mistakes and assesses the degree of achievement of the didactic task. We have already mentioned that especially in the context of simultaneous education, the professor is not the only person who can interact with the class. However, this type of organization of the class has advantages and disadvantages, some of which are mentioned in the following table:

Benefits	Disadvantages
• All students focus on a problem; • The teacher or another pupil ensures that each student can receive the message; • Students are exposed to standard pronunciation;	• The number of students who have the opportunity to speak is low; • The rhythm imposed by the organizer does not match the pace of each student; • Students have too little (or no) autonomy; • Frontal activity usually involves too much "teaching" and too little "learning"; • Some students do not feel at ease when

• More emotive learners feel safer when they repeat, read or respond in chorus.	they are "exposed" to respond in English to the whole class.

In order to improve the teaching of Romanian language and culture for foreign students the activities by groups of students in simultaneous education is an option. This is a form of organizing the class in which three or more students join together and work together to solve the teacher's teaching task. (HRUBARU, (coord.) 2005). There are advantages of how to work in a group at the same time which:

- Increases the active participation time of each student;
- Increases the number of learning sources. Students learn from each other (the source of knowledge is not just the teacher);
- Increases the self-confidence of the participants. This is very necessary in the simultaneous classes, where students are required to learn to solve the problems they have raised, alone or with the help of colleagues.

The activities in groups are more dynamic than in pairs, because there are more students who react "pro" or "against" an idea. There are growing the chances are that even a student in the group can solve the problems that arise. The group work is more relaxing for students than in pairs or individual. (BOȚOMAN, 2005)

The disadvantage of group work in simultaneous education is the inevitable noise when more students speak at the same time, which generates the impossibility to correct them when they speak. In a simultaneous class this may be an impediment also to the other group's activity. It is also possible to have indiscipline problems. Some can be avoided by selecting the subgroup partners according to carefully established criteria. (TARANTINO, DASCĂLU-JINGA, 1996)

The activities in pairs in simultaneous education are also an option in teaching and learning. The way of working in pairs is the easiest to organize, even in classrooms with fixed furniture, because students are usually two in desks. Another advantage of working in pairs is the active participation rate of students. Virtually half of the students are permanently "active"(GALL, 1994). The advantages of working in pairs, applicable to simultaneous education in teaching Romanian language and culture offer perspective in:

- Increasing the percentage of active participation of students;
- Encouraging student co-operation (the two can correct each other without fear of being ridiculed, can explain the less clear aspects of the teaching task);
- Organizing students at any time of the lesson to achieve different goals (oral /written exercises, games of understanding written messages, exercises and problems solving).

There are also disadvantages when using working in pairs as a didactic strategy (DOCA, 2003). If the percentage of active participation increases, there is also a growing noise because half of the class speaks. This is more evident in classes with many students. In the case of simultaneous education, where we usually refer only to a group that will work in pairs, the noise should not be an impediment. Indiscipline can also be a problem. The higher the class, the more difficult it will be for the professor to monitor each pair. Another danger of working in pairs is the use of inappropriate or incorrect language. The professor cannot always hear all the students who speak, and therefore cannot correct them. Some of these shortcomings can be eliminated or mitigated by the good organization of the activities and the attitude of the professor.

The simplest organization of the class for working in pairs is to keep existing pairs (bank colleagues). There are many didactic tasks that can be solved without requiring simultaneous class students to change their position in banks or classrooms:

- answers to manual questions;
- exercises (foreign languages);
- execution of drawings, collages;
- dialogues (conversation);
- verifying or correcting student knowledge;
- individual study.

Some activities are more successful if the partners are seated in consecutive desks. This arrangement allows:

- a more comfortable way of keeping the two students (it should not be partially reversed as in the case of fixed banks);
- it is easier to "hide" partner information; partners can work diagonally;
- the professor does not have to make sets of materials for each pair, but only two larger planes placed on opposite walls.

To obtain this arrangement, the teacher will number the student rows by 1 and 2, or "A" and "B", and will ask the students in a row (A or 1) to turn their chair in the opposite direction.

Thus students "A" will collaborate with students "B" to solve the didactic task. Being with their backs on the sign that they have to describe, color, or reproduce, they rely only on the partner's indications. This type of arrangement can be used for speech development, vocabulary enrichment, or knowledge verification. Activity can be conducted with all students, or training groups.

Individual activity of students is also an option as a didactic strategy in order to teach and learn Romanian language and culture. One of the disadvantages of the frontal working way is that it facilitates more teaching and less learning. The individual way of work is used especially for this purpose: to give students the opportunity to learn, to accomplish various didactic tasks. In the case of simultaneous education, individual pupil activity is not only important but also very necessary as it gives the professor the opportunity to teach new knowledge to the other student group. Thus, unlike the teaching of homogeneous classes, where individual work does not have to last too long, because it can be done at home (except for the tests), the individual activity of pupils is long lasting and requires the formation of sound skills for study. Preferably, the professor will organize such activities to verify students' understanding of a piece of reading, demonstrations, explanations, or the development of skills. The didactic burden will vary in duration and complexity according to the students' age.

2. Ways to Make Teaching More Effective in Simultaneous Mode: the Power and the Impact of Image in Learning - a Case Study

In order to teach Romanian language and culture to the foreign students of the preparatory year, there is an evident difference between certain geographical groups of students. This difference is related to the system of teaching and learning of their mother-tongue (English, French, Italian, Arab, Chinese, Portuguese, Russian, Ukrainian or Hindi). There are differences in the basic system of pronunciation because of missing sounds, or existence or syllabaries (in Hindi, Japanese, Chinese, and Arabic the absence of l, a specific type of l in Russian and Ukrainian, a different type of r in Portuguese or French). For this problem very useful is this site: https://www.learnro.com/romanian-vowels-pronunciation

There are also differences between visual learning students and hearing learning students. The following case study represents a simultaneous activity with a group of students from Algeria, Nigeria, Italy Turkey and Ivory Coast about Stephen the Great (1457-1504), the Romanian prince and Saint. Using flashcards or slides the professor helped students

remember key terms and vocabulary words. The story is told in Romanian, using slides which correlate the image and the sentences. Each sentence is translated in English. Each student is asked to retranslate from English in its own language in order to prove that he/she understood the meaning and to be corrected by the professor. The texts of the presentations regarding the churches built by Ștefan cel Mare could be accessed both in Romanian and in English, on the following link by each student using tablet, mobile phone or PCs: https://ro.wikipedia.org/wiki/Lista_bisericilor_ctitorite_de_Ștefan_cel_Mare .

Students improve their vocabulary achievement across content areas and grade levels (DIACONESCU, 2003). When students develop and use a slide as a graphic organizer, the critical thinking skills is enhanced. The students learn best through visual demonstration, reading, manipulative activity, explanation, auditory stimulation, visual stimulation (electronic), visual stimulation (just pictures), games, social interaction, and personal experience.

The result of this method of learning and teaching is that the students are writing together with the professor in their own language the content, being able, in the end, to translate directly from Romanian in their mother tongue and to make directly the retroversion. English language remains the landmark language in teaching. Mother tongue remains, as it is normal, the landmark language of learning for each student. All the indications about pronunciation in Romanian language are colored At the beginning in order to be memorized easily by the students.

PRONUMELE PERSONAL=THE PERSONAL PRONOUN

Limba română **Romanian language**	**Limba turcă** **Turkish language**	**Limba amazigh** **Amazigh language**
[i]EU	BEN	NEK
TU	SEN	KEM
[i]EL	SEN	KECH
[i]EA	SEN	KEM
NOI	BIZ	NUKNI
VOI	SIZ	KUNI
[i]EI	ONLAR	NITENI
[i]ELE	ONLAR	NITANTI

SE SCRIE FĂRĂ [i] It is written without i

After the model reading made by the professor and the explanation of the new Romanian words with equivalences in the students' native languages, the visual and auditory students will improve their learning. The students perfect their writing responses to lectures they've heard, to oral exams, effectively by listening to information delivered orally, in lectures, speeches, and oral sessions. The mixed modality of presentation, the blended learning styles helped the students to improve their Romanian language knowledge, both in speaking and reading. (AVRAM, SALA, 2000)

Students usually work individually to fix and consolidate knowledge, apply them in practice, develop skills and habits, practice mental exercises, solve exercises and problems, and make measurements, drawings, sketches, and compositions. Often, the individual activity is organized by giving students common problems to solve, the professor taking care that they are varied, of increasing, substantial difficulty. (LOMBARD, 1974)

Lately an important role is played by individual activity on level groups. In this case, the themes are chosen in such a way that some are suitable for good students who do not need additional explanations, others for middle-aged students, and others are suitable for weaker

students with certain goals on the subject, who have need more guidance, help and control. In the individual organization of the educational process, the topics that can be given to students are different from one level to another. It is said that education is individualized or personalized. It is difficult, however, for the professor to provide independent work themes that are appropriate to each student's ability, so that differentiated work is done on level groups.

In a frontal learning course, the professor controls and guides the work of all students in the classroom. This way of learning ensures the thorough and systematic acquisition of the taught knowledge. The professor, aware of the difficulties of the lesson he teaches, modulates the rhythm of the teaching, so that the students understand and acquire new knowledge. In frontal learning course, students also learn how to use the tools of intellectual work: how to use books and dictionaries, atlases, diagrams, how to observe, analyze and present an object or a phenomenon, how to draw a sketch, a map, an experiment. This type of frontal learning is partly used in the case of simultaneous teaching of Romanian language to students with different mother tongues, with a particular curricular level, specific to the countries they come from.

By differentiating activity is meant the knowledge and use of individual peculiarities in order to help the student to develop to the level that his possibilities allow by progressive efforts.

Differential training is not just a requirement that concerns only one aspect or another of the complex process of training or education of students, but a general principle that aims at learning both as a macro system and its components as microsystems. It is an imperative of the education of our time and, as a result, we must conceive of a veritable strategy of organizing and unfolding it. The principle of individualization and differentiation of learning expresses the need for the dynamic adaptation of the cognitive and action load of educational content and strategies both to the psycho-physical particularities of each student and to the differentiated particulates, relatively common to groups of students in view their full development as personality and professionalism. The principle aims to ensure the unity between the individual and the general in education, between the subject and the subject of education, between the group education strategies and the ones of the individual education. (FUCHS, 2001)

The respect for individual peculiarities is in line with the requirements of a modern and democratic education. Each student is an irrefutable individuality, which requires individualized treatment. Education is not meant to equip people, "to rally to a unique paradigm". Individual psychological processes such as perception, thinking, language, intelligence, attention, memory, emotion, etc. gets different contours from individual to individual. The Romanian language professor has the obligation to take into account and to exploit differently these individual psychic qualities by treating them differently.

The preoccupation of the professor to ensure respect for the specific peculiarities of each age and the individual peculiarities specific to each student does not, at all, involve the elimination of the difficulties of the students' activity and the effort of thinking necessary for their removal. It is not just a match of cognitive load or methods of action based on age specifics, but the full realization of student's learning abilities in relation to their age, their demand for as great but possible objective as the essence of this principle. So, in order to stimulate the development of intellectual capabilities, the knowledge transmitted - in general, the tasks of the learning activity - must present certain difficulties connected with the potentialities of the "proximity development" that can be overcome by sustained intellectual efforts, under the guidance of the professor. However, these difficulties need to be judiciously metered in relation to the students' intellectual abilities and the volumes of knowledge, skills and habits that they possess. The difficulty of passing the knowledge and its gradual

transmission requires the observance of some rules in teaching and learning such as the transition from easy to difficult, the transition from simple to complex, the transition from the known to the unknown (that is, from knowledge previously acquired to new knowledge, whose understanding is conditioned by their connection with the old ones), the rule of unity and alternation between concrete and abstract, between private and general (this means that teaching-learning must start from the perception of concrete examples and facts to be analyzed and interpreted for the elaboration of generalizations and vice versa, starting from the presentation of some notions, definitions, rules, principles, theorems for the student to work with them in the analysis and interpretation of concrete material and thus to identify the general in particular.

The strategy of differentiating education leads to a wide range of forms of work and ways of organizing the didactic activity. A modern, mobile lesson can be built through the differentiated student contest, this being realized by the nature of the demands we are asking for the students both in terms of the content of the education and the ways of doing the activity: questions addressed to the students, tasks related to group work, independent work (on notebooks, chips, sheets), tasks given in practical activities.

The intellectual demands of different levels (reproduction, recognition, interpretation, transfer, evaluation, creation) materialize in the tasks that the professor assigns to the students during and outside the course and which are graduated in relation to the capacities of each one, performing all the tasks unique programs.

The professor has at his disposal a whole range of strategies corresponding to the learning style and the needs of each student, for example:

a) Common requirements for all students;

b) Differential requirements: identical tasks in different time, different tasks and different time, different tasks according to the student's possibilities, identical records with progressive tasks;

c) Individual activities with different themes.

For example in telling time and answering what time is it in Romanian language (for a Turkish student and for an Algerian student speaking Amazigh language) the following comparative translation chart shows that English remains a landmark language for teaching, while mother tongue is the landmark language for learning:

What Time is It? Cât e ceasul? /Ce oră e?
E ora.... E…./ It is../ It's...

		Romanian language	Turkish Language	Amazigh Language		Romanian language	Turkish Language	Amazigh Language
	1 AM antemeridian	Ora unu	saat	Wahad	13 1 PM Post meridian	Ora treisprezece	On uc	Wahad
I	2 AM	două	iki	Satin	2PM	paisprezece	On dort	Satin
II	3AM	Trei	uc	Telata	3PM	cinsprezece	On bes	Telata

IV 4	4AM	patru	dort	Rabaa	4PM	șaispreezece	On alti	Rabaa
V 5	5AM	cinci	Beș	lekhmsa	5PM	șaptespreze ce	On yedi	lekhmsa
VI 6	6 AM	Șase	alti	Lesata	6 pm	Optsprezec e	On sekiz	Lesata
VII 7	7 am	șapte	yedi	Lesabaa	7 pm	nouăspreze ce	On dokuz	Lesabaa
VIII 8	8 am	Opt	sekiz	Letmanya	8 pm	douăzeci	Yirmi	Letmany a
IX 9	9 am	nouă	Dokuz	Letasaa	9 pm	Douăzeci și unu	Yirmi bir	Letasaa
X 10	10 am	Zeci	on	Leachera	10 pm	Douăzeci și două	Yirmi iki	Leachera
XI 11	11 am	Unspereze ce	On bir	Lahdach	11 pm	Douăzeci și trei	Yirmi uc	Lahdach
XII 12	12 am	Douăspere zece	On iki	Latnach	12 pm	Douăzeci și patru/ zero	Yirmi dort	Latnach

An effective independent working technique is working with the charts. According to the functions performed, the independent work charts/ records are of several categories: recovery (for the students left behind in learning), development (for good and very good students), exercises (for skills training and skills), self-training for the acquisition of individual and independent learning techniques), evaluation sheets (to determine the level of training and ensuring the feed-back). (CONSTANTINESCU, ȘTEFĂNESCU-DRĂGĂNEȘTI, MURREL, 1970)

Applying differentiation within university structures now allows for the discovery and cultivation of students' interests, aptitudes, aspirations, their orientation towards study, and activities where they can achieve maximum return. Differentiating students' training is done through the possibility for students to choose some disciplines and activities (optional) for a certain part of the compulsory program. The system of options complements primary education the internal differentiation (organization of university activity, the methodology used) being an elastic form of external differentiation that allows the individualization of training during the unique Romanian language preparatory year. This system is intertwined with two other ways of differentiation: the introduction of optional subjects and different level courses into the curriculum. Optional-compulsory disciplines are specialized in fields related to the subjects studied ("Literature", "Mathematics", "Natural Sciences", "Communication in Concrete Situations") or approach new fields of knowledge ("Theater", "Informatics", "Physical therapy"). Diversifying the content of the education through the optional disciplines is directly proportional to the transition from the vertical structure of the system to the horizontal structure, from the traditional structure to interdisciplinarity and transdisciplinarity, constituting ascending steps in the transition from diversity to unity, juxtaposition towards integration and from singular to universal. The level courses (in-depth curriculum, extended curriculum), used as a way of adapting the content of common compulsory disciplines to different students' capacities to reduce academic failure, have gained ground in recent decades in more and more Romanian education systems. Throughout the activity with the class, it is necessary to seek to find the most suitable means for all students to form appropriate capacities, because "to train", "to educate" does not mean "to select", but on the contrary to strive all to succeed.

BIBLIOGRAPHY

***(2007),Romanian (CD-ROM, CD audio, carte), Teach me! Language Learning, Linguashop, 2007. www.linguashop.com

*** (1968), Romanian Basic Course, Vol. IV Lessons 40-51, May 1964, Vol. VII Lessons 7079, January 1974, Vol. IX Physical & Economic, Geography, Lessons 1,12, [f.d.], History of Romania, February 1968, Defense Language Institute, Foreign Language Center, (+ casete audio).

***(2004), Rumänish Wort für Wort, Kauderwelsch digital, Reise Know-How Verlag, Bielefeld, 2004.

ACKERLEY, Fred G., (2003), A Rumanian manual for self-tuition: a simplified grammar, London, Trubner, 2003.

AGARD, Frederick B., PETRESCU-DIMITRIU, Magdalena, (1974, 1976), Spoken Romanian, Spoken Languages Series, Spoken Language Services, Inc., Ithaca, 1974, 1976.

AVRAM, Mioara; SALA, Marius, (2002), Connaissez-vous le roumain, 2002, 200 p.

AVRAM, Mioara; SALA, Marius, (2000), May We Introduce the Romanian Language to You?, The Romanian Cultural Foundation Publishing House, Bucharest, 2000, 207 p.

BLAJEVICI, Teoctist, (1855), Theoretisch-praktische Taschengrammatik zur leichten und schnellen Erleinung der românischen (walachischen) Sprache. Mit einer Wörtersammlung, Gesprächen Sprichnvörterm und Leseübungen. Von Theoktist Schoimul, Wien, 1855.

BOŢOMAN, Rodica C., CORBIN, Donald E., GARRISON WALTERS, E., (1981), Îmi place limba română, Columbus, Slavica Publishers, Inc., 1981.

BOŢOMAN, Rodica, (1995), Discover Romanian. An introduction to the language and culture, Ohio State University Press Columbus, 1995, 408 p.

BOŢOMAN, Rodica, (1995), Student Workbook for use with the textbook...Discover Romanian. An introduction to the language and culture, Ohio State University Press Columbus, 1995, 141 p. BRÂNCUŞ, Grigore ;

IONESCU, Adriana ; SARAMANDU, Manuela, (1978), Limba română contemporană. Manual pentru studenţii străini I. Coord. Gr. Brâncuş, [TUB], Bucureşti,1978.

BRÂNCUŞ, Grigore; IONESCU, Adriana; SARAMANDU, Manuela, (1979), Limba română contemporană. Manual pentru studenţii străini, Bucureşti, [f.e.], 1979.

BRÂNCUŞ, Grigore; IONESCU, Adriana; SARAMANDU, Manuela, (1981), Limba română. Manual pentru studenţi străini. Anul pregătitor – semestrul I. Coord. Grigore Brâncuş, Bucureşti, 1981.

BRÂNCUŞ, Grigore; IONESCU, Adriana; SARAMANDU, Manuela, (1981), Limba română contemporană. Manual pentru studenţi străini, [vol.] II-III. Coord. Grigore Brâncuş, Bucureşti, 1981.

CAP-BUN, Marina (coord.),(2008), Studiile româneşti în lume în 2008. Romanian Studies around the world in 2008, Bucureşti, Editura Universitară, 2009.

CONSTANTINESCU, Ilinca; ŞTEFĂNESCU-DRĂGĂNEŞTI, V.; MURREL, M., (1970), Romanian Teach Yourself Book. Printed and Bound in Great Britain for the English Universities Press Ltd., London, by Stephen Austin and Sons Ltd., Hertford, Herts, 1970.

DELETANT, D., ALEXANDRESCU, S., (1992), Romanian. A complete course for beginners, London/Sydney/Toronto, 1992.

DELETANT, Dennis, ALEXANDRESCU, Ivonne, (1993) Romanian. A complete course for beginners, 'Teach Yourself' series, Sydney, Toronto, Hodder & Stoughton, London, 1993.

DELETANT, Dennis, (1983), Colloquial Romanian, London, Routeledge & Kegan Paul, 1983.

DELETANT, Dennis; ALEXANDRESCU, Yvonne, (2003), Romanian, Lincolnwood (Chicago), Ill; Contemporary Pub., 2003.

DIACONESCU, Ana Maria, (2005), Léxico para situaciones, Espanol/Rumano, Român/ Spaniol, Madrid, Centro de Linguistica Aplicada Atenea, 2005.

DOCA, Gheorghe; ROCHETTI, Alvaro, (1992), Comprendre et pratiquer le roumain, Ouvrage réalisé sous l'égide de l'union latine dans le cadre du CIRER (Centre Interuniversitaire de Recherches et d'Etudes Roumaines de l'Universite de Sorbonne Nouvelle-Paris III.) Bucureşti-Paris, EAR, C.I.R.E.R., 1992, 376 p. (avec un vocabulaire roumain-français).

DOCA, Gheorghe,(2003), Learn Romanian: course for English speakers: addenda with essential information regarding Romanian history, culture and civilization and a choice of representative literary texts, Bucureşti, Niculescu, 2003.

FUCHS, Carl, (2001), (Language Program Director), Staff of REA, Romanian Made Nice & Easy, Research & Education Association, Piscataway, NJ, 2001.

GALDI, László, (1940), Gyakorlati romannyelvkönyv, Füzet 1, 3, 5.Budapest, 1940.

GALL, Dana, (1994), Beginner's Romanian. Beginner's Guides, Eurolingua/Hippocrene Books, Inc., New York, 1994.

HRUBARU Florica; MICULESCU Sergiu,(2005), Et si on apprenait le roumain? (Manual de limba română pentru debutanţi francofoni), Constanţa, Ovidius University Press, 2005.

HRUBARU, Florica (coord.) (Florica Hrubaru, Primož Grešak, Jani Rebec, Martina Nemarn), (2005), Manual de limba română pentru sloveni / Učbenik romunskega jezika za slovence, Ljubljana, Scripta, 2005.

HUGHES, Annie, (1920), Romanian conversation grammar, Heidelberg, 1920.

LOMBARD, Alf, (1974), La langue roumaine. Une présentation, Paris, Editions C. Klincksieck, 1974.

LOVERA, Romeo, (1982), Grammatica della lingua romena coll'aggiunta di modelli di lettere e di un vocabolario delle voci più usuali, Manuali Hoepli, Quarta edizione corretta e ampliata, Ulrico Hoepli, Milano, 1933, Ristampa anastatica autorizzata dall'editore Ulrico Hoepli, Milano, Istituto Editoriale Cisalpino-Goliardica, 1982.

LOVERA, Romeo, (1906), Grammatica della lingua rumena, colliaggi anche d'un vocabolario delle voci piú usuali, Editura 2, carretta e ampliata.Milano, 1906.

LUDER, Elsa; MIRON, Paul, (1997), Lupul şi capra. Une fable pour apprendre le roumain. Illustrations de Joan să llas I Company, Bucureşti, EFCR, 1997, 277p [37p cheia exerciţiilor].

MADRONA FERNÁNDEZ, Alberto, PISOT DÍAZ, Rafael, (2009), Diferencias de usos gramaticales entre el español y el rumano, Colección "Temas de español. Gramática contrastiva", Madrid, Editorial Edinumen, 2009. MALLINSON, G., Sounds and Alphabet of Romanian, Exeter Tapes, 1984.

MARINESCU, Luiza, (2017), Romanian Literature in the B-learning Age ot Why Should People Love Romanian Literature A case study about the Role of Television, Digital Story Telling and University, in Analele Universităţii Spiru Haret, an XXII, nr. 22, 2016 Editura Fundației România de Mâine, București 2017, p 201-209.

MARINESCU, Luiza, (2015), Aspecte ale predării-învățării interculturale. Studiu de caz referitor la predarea culturii şi literaturii române în Portugalia şi România ASPECTS OF INTERCULTURAL TEACHING AND LEARNING: A CASE STUDY ON TEACHING AND LEARNING ROMANIAN CULTURE AND LITERATURE IN PORTUGAL AND ROMANIA in volume Editors: Virginia Popović, Ivana Janjić, Speranța Milancovici, Eugen

Gagea Communication, culture, creation : new scientific paradigms / Arad : "Vasile Goldiş" University Press ; Novi Sad : Fondatia Europa**,** 2015 ISBN 978-973-664-779-6 ISBN 978-86-87879-14-0

SALZER, Jürgen F., (2007), Lehrbuch der rumänische Sprache (manual + cd), Helmut Buske Verlag, Hamburg, 3., verbesserte Auflage, 2007.

SALZER, Jürgen F.,(2004), Lehrbuch der rumänischen Sprache, Hamburg, H. Buske, 2004.

TAGLIAVINI, Charles, (1924), Lectures roumaines. Morceaux choisis de prose et poésie roumaine avec des notes en français, Heidelberg, J.Groos, 1924.

TĂNĂSESCU, Eugenia, (2005), Teach yourself Romanian!: Romanian for the English speaking world, + CD, Bucureşti, Teora, 2005.

TARANTINO, Angela, DASCĂLU-JINGA, Laurenţia, (1996), La lingua rumena. Morfologia ed esercizi, Bucureşti, Editura Fundaţiei Culturale Române, 1996.

TASEVSKA, Roza; ŞOŞA, Elisabeta (1984), Romansko-makedonski-razgovornik. Ghid de conversatie român-macedonean. Skopje, 1984.

TĂNĂSESCU, Eugenia,(2001), Teach yourself Romanian!: Romanian for the English speaking world, Bucureşti, Teora, 2001.

TEUTSCH, Michael und BACIU, Ioan, (1920), Rumänisches Sprachbuch.Ein Leitfaden zur leichten Erlernung der rumänischen Sprache zum Schulund Selbstunterricht. 4-te erweiterte und verbesserte Auflage, Kronstadt, 1920, Verlag der Buchhandlung H. Zeiduer.

TOMA, Grigore, (1996), Limba română pentru studenţi străini, anul pregătitor şi anii I, II: profil juridic, Bucureşti, Editura Didactică şi Pedagogică, 1996.

TORCEANU, R., (2003), A simplified grammar of the Romanian language, by London, Trubner, 2003

TRIADAFILLU, Sandra, (2001) Die rumänische Konjugation und Deklination. München, Triadafillu Verlag, 2001.

TRIADAFILLU, Sandra, (1997) Rumänisch - Anfängerschnellkurs. München, Triadafillu Verlag, 1997. www.triadafillu.de

TRIADAFILLU, Sandra, (2003) Rumänische Grammatik, München, Triadafillu Verlag, 2003.

TRIADAFILLU, Sandra, (2001) Rumänische Verbtabellen, München, Triadafillu Verlag, 2001.

WILKES, Angela, SZABO, Annamária (traducere), NAZADT, Lavinia (coord.),(1999), Román nyelv. Kezdőknek, Usborne Publishing Ltd., London, Ed. Aquila ’93, Oradea, 1999 (versiunea românească).

ZAJUNČKOVSKIJ, J.P., NICOLESCU, T., REPINA, T.A., (1996), Rumyynkij jazyk, ediţia a II-a, Sankt-Petersburg, Izdateljstvo Sankt Petersburgskogo universiteta, 1996.

PERSONAL DEVELOPMENT BY INCREASING THE EMOTIONAL EXPRESSIVENESS (TOWARDS RECOGNITION AND RESPECT)

Corina Zagaievschi
Assoc. Prof., PhD, "Ion Creangă" University of Chișinău, Moldova

Abstract. In this article we are trying to tackle the problem of personal development, in the context of the challenges of the postmodern educational environment and its correlation with emotional expressiveness. Personal development is a process that normally lasts all your life. It identifies with a main direction of evolution of training-development activity – permanent education of personality. Its purpose is to maintain and improve the quality of life. In this order of ideas, personal development is reflected in what you are (recognition), what you do (respect) and what you feel (attitude). Respectively, a change is required, which, at the same time, means leaving the comfort zone, opening up to new challenges. Any change generates affective stress, change of behavior, which can be channeled towards optimism and positivism by enhancing emotional expressiveness.

Keywords: personal development, emotional expressiveness, recognition, respect, attitude, openness.

Introducere

Problema dezvoltării personale nu este un fenomen la modă. În istoria existenței umane aceasta a existat dintotdeauna. În tradiția occidentală, problema dezvoltării personale a fost abordată de filosofii anticității greco-latine. Marcus Aurelius (121-180, e.n.), împărat roman și filosof, scria: „Suflet al meu! Când oare vei fi bun și simplu, fără amestec și fără fard? (...) Când vei renunța la acele dorințe lacome și zadarnice? (...) Când vei fi pe deplin satisfăcut de starea ta? Când îți vei găsi plăcerea în toate lucrurile care ți se întâmplă? Când vei fi convins că ai totul în tine?" (Marcus Aurelius, 2013) Misiunea lui Socrate, renumit filosof antic grec, față de contemporanii săi a fost să le amintească de „grija care trebuie acordată propriului sufletului" (Apologie, 24 d ; 30 a) pentru a face mai bine; pentru că „omul este sufletul său" (Alcibiades, 130 c). În tradiția orientală, Confucius (550 - 479, î. Hr.) – ideile filosofice ale căruia influențează și astăzi valorile familiale, educaționale și manageriale în China și o bună parte a Asiei – în lucrarea „Cugetări" (*Lunyu*) demonstrează în mod explicit faptul că dezvoltarea personală stă la originea organizării familiei și a statului. Buna înțelegere între oameni și ordinea în societate se obțin numai prin desăvârșirea interioară a individului.

O definiție oficială a dezvoltării personale nu există. În sursele consultate am descoperit variate definiții, dar toate au un sens comun. *Dezvoltarea personală* reprezintă un ansamblu de gânduri/idei curente și metode care vizează îmbunătățirea cunoașterii de sine, valorizarea talentelor și a potențialului propriu, îmbunătățirea calității vieții, realizarea aspirațiilor și viselor proprii. În această ordine de idei, sinonimele pentru *dezvoltarea personală* sunt următoarele: dezvoltarea persoanei, autocunoaștere, autogestionare, autoîmplinire, căutarea fericirii. Dezvoltarea personală este o urmărire conștientă a unei ,,creșteri" personale prin extinderea conștiinței de sine, a cunoașterii și a îmbunătățirii permanente a abilităților personale. Importantă, în acest proces, este deschiderea la schimbare și dorința de a părăsi zona personală de confort. Dezvoltarea personală este un proces desfășurat de-a lungul vieții, aceasta depinde, în mare măsura, de conștientizarea și identificarea priorităților care vor conduce spre recunoaștere și respect.

Expresivitatea emoțională

Primul pas în dezvoltarea personală o reprezintă autocunoașterea emoțională. Este bine cunoscut faptul că omul cunoaște lumea prin emoții. Toate acţiunile noastre, precum şi întregul nostru comportament, are la baza emoţiile. Simţim înainte de a gândi. *Autocunoaşterea emoţională* este capacitatea de a valorifica experienţele emoţionale anterioare, deschiderea spre feed-back, valorificarea perspectivelor noi, autodidaxia, încrederea în sine. Autocunoaşterea emoţională include formarea şi respectarea anumitor valori comportamentale personale. Or, dacă ne referim la mediul educațional, standardele de competență profesională a cadrelor didactice, pe domeniul de competență *Mediul de învățare,* vizează „asigurarea unui mediu de învățare dezvoltativ, prin crearea unui climat relațional de încredere, solidaritate și respect, bazat pe principiile echității și ale toleranței.” (Standarde de competență profesională a cardelor didactice din învățământul general. Ministerul Educației al Republicii Moldova, Chișinău: 2016, p. 6) Climatul afectiv în cadrul procesului de educație este creat și susținut de expresivitatea manifestărilor comportamentale ale cadrului didactic, de capacitatea de a reacționa prin emoții (pozitive, negative) într-o manieră elegantă, inteligentă care generează respect și recunoaștere din partea educaților.

Expresivitate emoțională este un element component al culturii emoționale și reprezintă trăiri emoționale autentice, relevante sub aspect pedagogic; autenticitatea reacțiilor emoționale semnifică veridicitatea şi fidelitatea emoţiilor. Nucleul expresivităţii reprezintă unitatea capacităţilor de expresie emoţională ale educatorului, exprimate prin măiestrie pedagogică şi stil individual creativ, marcat de charismă pedagogică. (Glosar. Pedagogia culturii emoționale, 2016).

Expresivitatea emoțională, în opinia noastră, se formează prin:

Identificarea emoțiilor – capacitatea de a recunoaște și de a discrimina emoțiile simțite. Persoanele care pot identifica în mod corect emoția pe care o trăiesc, își gestionează emoțiile în cel mai productiv mod. Kory Floyd (2013, p. 293-296) propune trei tehnici eficiente de identificare a emoțiilor: 1. Ascultarea corpului (emoțiile determină modul în care se comportă corpul uman - modificările fiziologice, fapt care poate ajuta determinarea experienței emoționale trăite); 2. Atenție la gânduri proprii (emoțiile afectează mintea și corpul, atenția acordată gândurilor/rațiunea ajută la clarificarea experienței emoționale); 3. Analiza situației (fiecare emoție are o cauză).

Reevaluarea emoțiilor distructive presupune modificarea felului de a gândi (analitic, logic) cu privire la situația care a cauzat emoțiile, astfel efectele lor negative se pot diminua.

Responsabilitatea emoțională reprezintă obligația de a accepta și suporta consecințele reacțiilor afective comportamentale (adecvate, neadecvate) la diverse situații; obligațiunea de a purta răspundere pentru reacțiile/gesturile provocate de emoții, clarificând pentru receptor ce comportamente i se cere să modifice („Mă simt jignit când mă insulți”, etc.).

Separarea emoțiilor de acțiuni – emoțiile motivează adoptarea anumitor comportamente, dar a trăi o emoție nu înseamnă obligatoriu a acționa sub impulsul ei.

În concluzie, identificarea emoțiilor, reevaluarea emoțiilor, acceptarea responsabilității pentru emoții, separarea emoțiilor de acțiuni sunt capacități care pot și trebuie să fie învățate. Specialiștii din domeniul psihologiei și medicinii consideră că negarea și suprimarea emoțiilor nu este sănătoasă. Emoțiile trebuie trăite/eteriorizate inteligent. Fără emoții nu există comunicare, și fără comunicare nu există viață socială (Cosnier, J., 2002).

Expresivitatea emoțională, în mediul educațional se manifestă prin:

Stilul educațional creativ. Stilul educaţional desemnează o constelaţie de competenţe profesionale şi trăsături de personalitate care circumscriu comportamentul cadrului didactic în relaţiile sale cu elevii şi scoate în evidenţă ceea ce este specific fiecăruia în parte, nota „personală”, în realizarea atribuţiilor profesionale. Trăsături ca: pasiune, deschidere la inovaţie, imaginaţie bogată capabilă să antreneze eficient potențialul spiritual al elevilor,

gândire vioaie, inventivă, şi, în acelaşi timp, ordonată şi pătrunzătoare, analitică şi sintetică, clară şi sistematică, care să permită o anumita facilitare în ordonarea logică a ideilor şi să servească, în toate situaţiile, claritatea comportamentelor.

Charismă pedagogică. Maniera de comunicare excepţională şi conduită marcată de un înalt coeficient de emoţionalitate, bazată pe însuşiri de personalitate înnăscute sau dobândite, prin care profesorul însufleţeşte şi fascinează elevii. Astăzi tot mai des se vorbeşte despre educaţia prin fascinaţie (prof. Gabriel Săndoiu; Cucos, C., 2013). Un profesor binevoitor, empatic, entuziasmat, dedicat, echilibrat emoţional, fericit va influenţa elevii datorită prestigiului şi farmecului personal, fiind respectat şi beneficiind de recunoştinţă.

Măiestrie pedagogică este ansamblul capacităţilor (pricepere, iscusinţă deosebită; talent, dibăcie, artă) care determină competenţa profesională a educatorilor, dobândită pe parcursul carierei didactice prin acţiuni de dezvoltare personală.

Ideile enunţate anterior au la bază diverse teorii despre importanţa emoţiilor în viaţa umană şi, respectiv, cum expresivitatea emoţională condiţionează dezvoltarea personală. Prezentăm, în continuare, câteva opinii ale savanţilor cu renume mondial care au cercetat tema afectivităţii umane. Charles Darwin (1872/1981) considera că emoţiile şi exprimarea lor, prin utilizarea muşchilor faciali, reprezintă un mecanism de comunicare arhaic, dar extrem de eficient, al reacţiilor emoţionale, ce relevă caracterul lor contagios. Din punct de vedere antropologic, componenta emoţională a existat în creierul uman cu mult înaintea dezvoltării raţiunii.

La începutul sec. XX, Théodule Ribot (1905/2005), fondatorul psihologiei experimentale din Franţa, a demonstrat existenţa unei logici de o cu totul altă structură, decât logica raţională pe care o numeşte ***logica sentimentelor*** *(neraţională)*, susţinând că între logica raţională şi logica sentimentelor nu există o ruptură, în pofida diferenţelor structurale şi funcţionale, deoarece amândouă sunt produse ale naturii umane şi au o utilitate comună pentru dezvoltarea şi, ulterior, adaptarea individului la viaţa socială. În baza ideii lansate de Th. Ribot, putem concluziona că individul, aplicând *logica afectivă*, poate să-şi dezvolte o abilitate foarte necesară în cadrul adaptării la orice fel de situaţie de viaţă. Cu timpul această abilitate se va putea transforma în competenţă, apoi în aptitudine şi, în final, în deprindere, fapt care corespunde cu procesul de dezvoltare personală ce durează pe tot parcursul vieţii.

Actualmente, majoritatea psihologilor sunt de acord că aspectele non-cognitive ale inteligenţei includ factori de ordin afectiv, *personal* şi social, fiind esenţiale pentru reuşita în viaţă a individului. David Wechsler (1943), autorul setului de teste standardizate pentru inteligenţa academică/teoretică, susţinea opinia că abilităţile non-intelective sunt esenţiale pentru predicţia abilităţii de succes în viaţă – dezvoltare personală. Savantul scria: „Întrebarea principală este dacă non-intelectivul, adică abilităţile afective şi conative sunt admisibile ca factori ai inteligenţei generale. Părerea mea este că aceşti factori sunt nu doar admisibili, dar şi necesari. Am încercat să arăt că alături de intelectiv, există, de asemenea, factori non-intelectivi care determină *comportamentul inteligent*. Dacă aceste observaţii sunt corecte, nu ne putem aştepta să măsurăm inteligenţa totală până când testele noastre nu includ şi măsurări ale factorilor non-intelectivi". Concluzionăm faptul că, adaptarea individului la mediul în care trăieşte, se realizează atât prin elemente cognitive, cât şi prin cele non-cognitive (afective).

Antonio Damasio (2005) susţine, prin argumente convingătoare, faptul că emoţiile, sentimentele sunt mai mult decât indispensabile în luarea deciziilor raţionale, iar accesul la „învăţătura de tip emoţional" conduce la alegeri reuşite atât în cariera, cât şi în viaţa personală. Prin urmare, emoţiile sprijină raţionalitatea, capacitatea emoţională ne ghidează în fiecare moment, atunci când trebuie să luăm decizii, ea „lucrând mâna în mână" cu raţionalul. Astfel, gândirea joacă un rol executiv în emoţiile noastre, exceptând, desigur, situaţiile în care emoţiile scapă de sub control.

Mielu Zlate (2009) subliniază că procesele afective şi cognitive, deşi sunt diferite prin natura lor, sunt inseparabile în cadrul activităţii individului, aflându-se într-o strânsă interacţiune. De asemenea, se arată ca dezacordurile între raţional şi afectiv intervin, mai ales, când ele se desfăşoară la niveluri diferite; „nivelul intelectual superior se cuplează cu emoţii primare, violente, oarbe", situaţie în care acestea au efecte dezadaptative.

Robert J. Sternberg (1988), psiholog american, domeniul de cercetare al căruia este psihologia cognitivă, a avut curiozitatea de a compara noţiunea populară de inteligenţă cu cea academică. Oamenii simpli intervievaţi pe stradă, în librării, au considerat că inteligenţa dispune de trei componente: *abilităţi de rezolvare a problemelor, abilităţi verbale şi competenţa socială*. Această abilitate a fost raportată iniţial la *inteligenţa socială*, care desemnează *capacitatea de a înţelege şi de a stabili relaţii cu oamenii* – comportamente comunicative pozitive, constructive.

Spre deosebire de IQ, care se schimbă destul de puţin după adolescenţă, inteligenţa emoţională (cultura emoțională) pare să fie, în mare parte, învăţată şi continuă să se dezvolte pe măsură ce trecem prin viaţă şi învăţăm din experienţă (Corcos G., 2010), (Gendron, B., Lafortune L., 2009). Competenţele emoționale pot continua să se dezvolte, iar pentru aceasta există procesul continuu de dezvoltare personală.

Concluzii. Dezvoltarea personala înseamnă acțiune. Respectul se câștigă prin calitatea reacțiilor comportamentale afective și prin calitatea pregătirii profesionale. Autoritatea profesorului înseamnă prestigiul/respectul de care acesta se bucură ca specialist și calitățile sale de om. În această ordine de idei, Marin Călin (1996) analizează autoritatea epistemică a profesorului ca specialist în domeniul de cunoaștere – pedagogia/educația și autoritatea deontică – organizarea și realizarea acțiunii educative (îndrumarea educativă), care trebuie, în opinia noastră, să fie realizată în baza comunicării prin expresivitate emoțională. Aceste două dimensiuni de autoritate pedagogică sunt interdependente și complementare. Deontologia comportamentului profesorului, care conține și expresivitate emoțională, asigură eficiența relației pedagogice, influențează și comportamentul elevului, generând acceptare reciprocă /recunoaștere și respect. Respectul reciproc generează ascultare activă, toleranță, asertivitate, colaborare și cooperare productivă – componente esențiale ale relației de comunicare dintre agenții educației.

Recunoașterea și respectul se consolidează prin expresivitatea emoțională – capacitatea de a trăi și exterioriza corect emoțiile, acumulând în permanență cunoștințe și experiențe noi, manifestând comportamente comunicaționale pozitive și eficiente. Expresivitatea emoțională care se manifestă, în mediul educațional, prin: *stilul educațional creativ, charismă pedagogică, măiestrie pedagogică* este dovada atitudinii omului față de ceea ce face. Dezvoltarea personală prin sporirea expresivității emoționale conduce, inevitabil, spre formarea de atitudini pozitive, constructive, obiective, critice care determină capacitatea de schimbare, deschidere, de acceptare a noului, de adaptare la noi provocări pentru producerea valorilor.

BIBLIOGRAPHY

1. Damasio, A. (2005). *Eroarea lui Descartes*, Humanitas, București.
2. Darwin, C. 1872, *The expressions of the Emotions in Man and Animals*. Murray, London (trad.fr.1981), Edit, Complexes, Bruxelles.
3. Călin, M., (1996). *Fundamentarea epistemică şi metodologică a acţiunii educative*, Ed. ALL Bucureşti.
4. Cojocaru-Borozan M., Zagaievschi C., Șova T. et al. (2016). *Glosar român-englez-rus-francez-italian. Pedagogia culturii emoționale*, U.P.S. „I. Creangă", Chișinău.

5. Corcos, G. (2010). Développez vos compétences émotionnelles, Eyrolles, Paris.
6. Cosnier, J. (2002) *Introducere în psihologia emoţiilor şi a sentimentelor*, Polirom, Iaşi.
7. Cucoş, C. **(**2013). *Educaţia: experienţe, reflecţii, soluţii*, Polirom, Iaşi.
8. Floyd, K. (2013). *Comunicarea interpersonală*, Polirom, Iaşi.
9. Gendron, B., Lafortune L. (2009). *Leadership et compétences émotionnelles*. Pressées de l'Université du Québec.
10. Marcus, Aurelius. (2013). *Gânduri către sine însuşi*, Humanitas, Bucureşti.
11. Ribot, Th. (2005). *Logica sentimentelor*, IRI: Bucureşti.
12. Sternberg, R. J. (1988). *Mental self-government: A theory of intellectual styles and their development*. Human Development. **31** (4): 197–224
13. Stoica-Constantin, A. (2018). *Conflictul interpersonal*, Polirom, Iaşi.
14. Wechsler, D. (1943) *A note on concomitant changes. in I.Q. in a pair of siblings*. Journal of Genetic Psychology. Macmillan: New York.
15. Zlate, M. (2009). *Fundamentele psihologiei*. Polirom, Iaşi.
16. Standarde de competență profesională a cardelor didactice din învățământul general. Ministerul Educației al Republicii Moldova, Chișinău (2016).
17. https://www.bookaholic.ro/prof-gabriel-sandoiu-o-singura-metoda-are-efect-in-educatie-predarea-prin-fascinatie.html
18. https://www.academia.edu/35217458/Marcus_Aurelius_-_G%C3%A2nduri_c%C4%83tre_sine_%C3%AEnsu%C8%99i.pdf
19. https://www.cairn.info/revue-internationale-de-psychosociologie-de-gestion-des-comportements-organisationnels-2013-48-page-201.htm

STEAM- A MODERN INTERDISCIPLINARY APPROACH IN PRE-UNIVERSITY EDUCATION

Doina David

Assoc. Prof., PhD, "Dimitrie Cantemir" University of Târgu Mureș

Abstract:The purpose of our work is to raise awareness of the specificity of the STEAM approach by future teachers, with girls' preferences, through which the value of the arts, science, technique and mathematics is recognized, both in the harmonious development of the individual and of the whole society.The post-modern school adapts, day by day, to the needs of young people preparing for a future in which the key to success is how to know how to adapt and use what you have learned for a continuous change, in a non-discriminatory approach and differences of gender, in the context of STEM being an alternative to traditional education.

Keywords: STEAM, non-discriminatory, gender, traditional education, post-modern school.

The instructive-educational activity is carried out on the basis of some purposes, it is implemented through a system of methods and procedures, it uses a series of technical means of achievement, and the results are verified and evaluated by specific strategies.

The school curriculum integrates all these components, of which a central position rests with the methods that make it possible to reach educational ends. Science Technology Engineering Arts Mathematics (STEAM) is the right approach for the century when time has taken another slippery slope, where young people are facing an avalanche of information and because of this they often mistakenly identify their future models.

Study face to face with the STEAM project, the project care itself is not only a theoretical component but also a practice that proposes or approaches and the good practices perspective a lesson models for the future teachers teaching care will have competencies to promote Through us we approach STEAM educationally.

Mobility involves integrating teachers and students into the typical development of such an educational program, we want students and students to be able to combine the STEAM approach skills that speak to create criticism, autonomy and create problem solving, which can create intercultural competences, and the use of innovative methods will encourage initiative and, ultimately, self-esteem. Among the general objectives of the project are:

- Initiation of students and students in the STEAM approach in education and professional choice;
- Development of intercultural competences, as well as a digital and communication competence for ICT;
- Social and gender inclusion by providing opportunities, for example, STEAM education;
- Educational innovation through the use of STEAM.

From all the aforementioned results, the professionals must change their conception and methodology of training and education, cooperate with the students, become a real model of lifelong learning, be involved in decisive education, ensure quality education or a new approach from the STEAM perspective.

The dissemination of educational products will be carried out locally and internationally, in the direction of the partners. Print the final presentation of the presentation of 3 lesson projects considered as examples of good practice for STEAM education.

Lesson Plan:

Times: 45 "
Educational resources: laptop, video projector, flipchart, files with professional domains, PPT files and interactive board

Learning Objectives:

- The purpose of the lesson is to clarify the girls from a conceptual point of view specific to the STEAM approach,
- Postmodern school is an approach without discrimination and gender differences, in the context of STEM care we want to implement new educational approaches in the choice of career.

Target group level:

Students, Future high school teachers

Stereotypes

1. Girls lack confidence in their STEM skills

Counter Argument

1.4. When STEM becomes STEAM women tend to be more interested in taking up such a career.

Learning outcomes:

By concluding this session participants will achieved:

Knowledge :

By the end of this session, the participants will have need:

- Identification by the high school girls of the specific STEM concept;
- Clarifying the opportunities offered by fields such as: science, technology, engineering and mathematics;
- Understanding the importance of technical professions for girls;
- Convince girls to orient themselves towards a technical profession respecting STEAM's particularities, without gender discrimination.

Skills :

Following the participation in this activity, the girls will acquire the skills and competences necessary to be able to:

- Choose STEAM professions (Science, Technology, Engineering, Arts and Mathematics);
- Develop technical projects with the perspective of the orientation towards STEAM profile high schools / faculties;
- Appreciate the technical professions;
- Reduce gender bias;
- Support equal opportunities and access to education within STEAM, regardless of gender.

Attitudes :

Girls will be able to identify technical professions as attractive professions.

Activities:

The application can be seen T: 45 "
1. Essay method T: 30 "
2. Evaluation T : 10 "
3. Homework T: 5 "

1. ESSAY METHOD: 30 ”

Regarding the hours of professional orientation, the students are organized into groups.

➢ ***The first group*** must compose an essay based on the statement: *“At European level, the number of women pursuing an academic career in a STEM field is significantly smaller compose the older ones. Although they are 59% of bachelor, women who have the title of doctor represent only 46%. Also, women make up only 33% of researchers, 20% of high level university teaching staff and 11% of heads of universities or similar institutions.”*

➢ ***The second group*** will write an essay with the title: "*Science is good for girls"* aims to be just about a girl who is aware of educational opportunities offered in 21 st century, but also the difference between traditional and modern education.

➢ ***The third group,*** on worksheets, will explain according to the ability to interpret the text according to which there are gaps between traditional and technical professions chosen by girls: *"This gap becomes even more pronounced in the fields, ICT have only 29 out of 1,000 femele graduates hold a diplome in a field associated with IT, and of the 29, only 4 are hired directly in on ICT field. Women account for only 27% of all engineering and manufacturing bachelor’s degrees.*”

➢ ***The fourth group*** will propose 3 names of female personalities from their city, successful women, from technical, leadership fields who can offer them an egalitarian approach to learning science and understanding various career opportunities.

➲ After these activities are carried aut, the theacher analyze with the girls applicable results and the need to have a constructive attitude towards scientific discipline, robotics and programming, two disciplines wich immediately demonstrate to students practical applications of Science and technology, and which also prove to be a successful method of stimulating girls’ and boys’ passion for STEM, For STEM .

2. EVALUATION T: 10 "

At the end of this lesson, girls will be evaluated based on their ability to appreciate the particularities of STEAM education, depending on the ability to evaluate and issue hypotheses in the written essays.

3. HOMEWORK T: 5 "

Documentation: *Introduce briefly in on essay the info which*

impressed you in Mari Sangiuliano's activity as , deputy director of the European Center for Women and Technology (ECWT - European Center "Women and technology"). Her specialty fields are are related to employment and gender, women, technology and innovation policy and gender in education. PhD in cognitive and education sciences who is active as a principal researcher in gender issues and coordinator of the ECWT project.

Lesson Plan:
Times: 45 "
Educational resources: laptop, video projector, flipchart, files with professional domains, PPT files and interactive board

Learning Objectives:

- The purpose of the lesson is for the students to appreciate the particularities of STEAM education (Science - science, Technology - technology, Engineering - engineering, Art - art and Mathematics - mathematics) which represent one of the most daring approaches to developing skills through PBL (Problem-based learning).
- The role of lessons for promoting STEM and STEAM models is to detect, develop and determine girls to opt for new professions.

Target group level:
Students, Future high school teachers
Choosing the next profession.

Stereotypes Counter Argument
3. Girls are handworking but boys are considered skilful in STEM.
3.3. It is not a matter of talent for STEM, it is a matter of cultural biases, national opportunities and self-efficacy.

Learning outcomes:
By concluding this session participants will have:

Knowledge :

- Students will analyze the content of STEM and STEAM educational curricula;
- Will appreciate STEAM opportunities.

Skills :

- Will choose those working tools of career counseling that lead to the identification of interests, aptitude systems, personality traits according to STEM and STEAM alternatives
- Students will have the ability to make distinctions regarding their own career.

Attitudes :

- Develop the ability to design, clarify, discuss the possibility of accessing new professions by girls.

Activities :
1. EXPOSE METHOD T: 15 "
2. METHOD OF EXERCISE T: 20 "
3. EVALUTATION T: 10''
1. METHOD OF EXPOSURE T: 15 "
Students are asked by teachers what are the areas of activities in different fields.

- outdoor activities, in open spaces;

- mechanical;
- scientific, ICT technology;
- business interest, persuasive activities;
- artistic; literary; music;
- social services; office work.

Inventory of interests

Student are presented particulone must consider when making career choices, so that they will become able to:

✓ Aware of skills and channel them towards choice for become more professions;

✓ Present several trades and to classify them by areas of activity;

✓ Distinguish between what they want, what they can and what they need;

✓ Describe their favorite job;

✓ Correlate skills with aspirations and the demands of their favorite job.

2. METHOD OF EXERCISE T: 20 ''

➲ Students will be divided into two groups. Each workgroup will have a to-do list that can have several trades / occupations, information about them, traditional professions versus famous STEM (advantages, disadvantages, qualities, studies, etc.).

➲ Groups will present professions prefered by boys and girls

➲ In the end, each group can be listed and can present their list and the students can make a common list, from which doubles are eliminated the aim being to know the professions.

➲ They will define the terms of employment, profession, occupation

✓ *Profession / Occupation* - can be specialized in a certain field after completing the studies done in the different schools and courses, after the completion of general schools, comprising theoretical knowledge and practical skills (the profession may or may not coincide with the occupation).

✓ *Occupation* - is the activity one does the actual workplace even if it does not coincide with the profession / profession and which casures a source of income. In order to make a better decision in choosing, we must take into account: knowing several professions, and their specificity, advantages and disadvantages.

✓ The students will be grouped according to the *chosen trades* or related trades and on a flipchart sheet they will write everything they know about the professions It is not a matter of talent for STEM , it is a matter of cultural biases, national opportunities and self-efficacy.

There were 3 groups focussed of cultural biases, national opportunities and self-efficacy**:**

1. The artists group - cultural biases
2. The group of doctors - national opportunitie
3. Computer group - self-efficacy

They will have to tract the following aspects:

- work conditions;
- workplace responsibility ;

- skills and required abilities;
- minimum required studies and which schools should be attended;
- possible profit limits and other benefits;
- employment opportunities at home and abroad;
- career opportunities.

Students work in groups, directing the observation to each student, clarifying any concerns **and observing professionals chosen by girls and boys.**

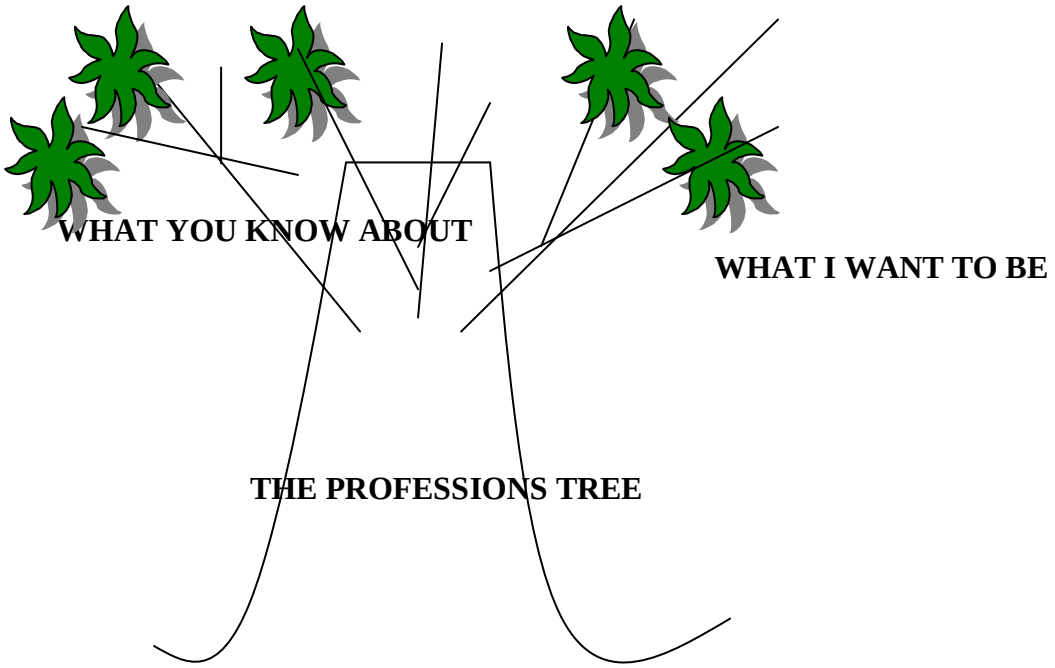
Application of the TREE OF PROFESSIONS

- The students receive the worksheet (***Appendix 1***) and will solve the given to drow his/her right palm on requirements. The theacher asks each individul a sheet. In the middle of the palm, to write the profession after the discussions, without writin their name. On each finger, thei will write a personal quality which recommends them for the chosen job. All participants will drow their palms on the A4 sheets, prepared in advance. When the assignments are ready, each student will present their work, the students are tolk in advance one of the goals of the activity ist o remember their classmates' work.
- The works are collected and displayed in the classroom, on a panel you can see. Each student takes from after a ballot box, a note on which will be written the name of a colleague. He will have to write on the note an appreciation about the respective colleague and to attach the note on the work done by the same colleague. If someone does not remember which is the work of the colleague, he will receive indications from the others. The works will be displayed for at least a week, so they can be seen every time the students want to.
- **Target: creativity development in students;** achieving a process of self-knowledge and knowledge through colleagues; creating a positive self-image from STEM and STEA**M** education.

Conclusions: personal qualities are important in choosing professions, but gender differences do not matter. After the lesson, the students have the ability to self-evaluate, revise, analyze professional options.

Apendix 1.
THE TREE OF PROFESSIONS

Groups of 3-4 people are formed. Each group chooses a representative who will go and draw a card on which a job is written. The cards are in the form of leaves. On the cards, for 10 minutes, each group will have to write three main qualities that they would recommend for that job and three secondary qualities. Each group will present what they have written and glue those leaves on a tree made before by the teacher.



EVALUATION T: 10''

The assessment will be based on the students' ability to apply, experiment, schematize and make a hypothesis regarding the quality of the described profession. The assessment is done so that the students can identify the STEAM opportunities.

BIBLIOGRAPHY

BERRYMAN FINK Cyntia, BALLARD-REISCH Deborah, NEWMAN Lisa H., Communication and Sex Role Socialization, Garland Publishing New York, 1993

2.BRIZENDINE Louann, The Female Brain, Morgan Road Books, 2006

3.DELAMONT Sara, MARSHALL Catherine, Gender and Education: An Encyclopedia, Greewood Publishing Group, 2007 9.

4.ETAUGH Claire, LISS Marsh B., Home, School and Playroom: Training Grounds for Adult Gender Roles, în Sex Roles: A Journal of Research, Vol. 26, no 3-4, feb 1992

5.FAGOT Beverly, LEINBACH Mary, O'BOYLE Cherie, Gender Labelling, Gender Stereotyping, and Parenting Behaviours, în Developmental Psychology, vol. 28(2), mar 1999

6.GOLOMBOK Susan, FIVUSH Robyn, Gender Development, Cambridge University Press, 1994

7.MARTIN Carol Lynn, WOOD Carolyn, LITTLE Jane K., The Development of Gender Stereotypes Components, în Child Development, vol. 61, No 6 (Dec 1990), Blackwell Publishing

https://www.youtube.com/watch?v=-SbdtgyWcXg

https://www.academia.edu/27368613/_Gender_and_employment_in_the_Italian_policy_debates_The_construction_of_non_employed_gendered_subjects

https://www.academia.edu/10769259/Gender_and_Social_Innovation_in_Cities._SEiSMiC_Gender_Action_Plan_and_Toolkit

https://www.academia.edu/3983761/Educare_con_Differenza._Modelli_Educativi_e_Pratiche_Formative

https://ec.europa.eu/programmes/proxy/alfresco-webscripts/api/node/content/workspace/SpacesStore/dba998f6-f5e5-437d-8af7-76cc295bc8b9/Methodology%20for%20

https://kidssteamlab.com/force-and-motion-steam-activities-for-kids/

EMOTIONAL INTELLIGENCE IN PUBLIC RELATIONS ACTIVITY

Luminița Crăciun
Assoc. Prof., PhD, "Carol I" National Defense University, București

Abstract: In the field of public relations, where setting a bilateral type of communication between the organization (be it public or private) and various audience categories, certain skills are necesary. Such skills should be conducive to adhering to a certain idea or concept. The PR specialist skills presuppose accessing the personal filter which becomes permissive when it comes to employing elements aimed at sensitizing the individual. Once the latter is in line with the message sent, then the PR activity becomes successful.
The present article aims at emphasising the importance of the emotional intelligence for the success of PR activitities through focusing on the role of emotions in designing advertising products or in event organizing.

Keywords: emotional intelligence, public relations, symbols, semantics, success

Ca o prezență cvasipermanentă a existenței umane, starea emoțională influențează activitățile desfășurate, interacțiunile dintre indivizi, inițiativele întreprinse, evaluările și aprecierile primite, existând, de aceea, interesul crescut față de capacitatea de a măsura, de a gestiona emoțiile și de a le valorifica pentru o stare de echilibru.

Pentru a ajunge la inteligența emoțională, este necesar să pornim de la ceea ce psihologia a delimitat ca fiind emoția. Una din definiții o clasifică drept o *„reacție multidimensională a corpului la orice eveniment care amplifică sau inhibă scopurile unei persoane*"[1], componenta fiziologică determinând adaptarea individului în scopul supraviețuirii, a adaptării la condițiile societății în care trăiește, cu particularitățile ei culturale. Multidimensionalitatea derivă din faptul că include pe lângă componentele fiziologice (presiunea sanguină, ritmul respirației și nivelul hormonilor – cum ar fi oxitocina, dopamina, serotonina), elementele cognitive (prin etichetarea anumitor stări de către mintea rațională), cele comportamentale, sociale, dar și culturale (comportamente diferite, adaptate practicilor sociale și culturale învățate).

Variind în intensitate, emoțiile pot fi primare (distincte), secundare (combinate din mai multe emoții primare) – ex. gelozia, rezultată din mânie, teamă și tristețe[2] sau metaemoții (emoție raportată la altă emoție – ex. bucuria simțită de spectatori la un spectacol de teatru) și se fac simțite, conform studiilor și testelor întreprinse în universitățile nord-americane, atât în faza de activitate conștientă, cât și în cea în care conștientul se află în *arrière plan.*

Laura Guerrero[3], specialist în comunicare și gestionarea emoțiilor, realizează o grupare a a emoțiilor în funcție de starea pe care o generează, clasificându-le în trei mari categorii: emoții de bucurie și afectuoase (fericirea, iubirea, pasiunea și simpatia), emoții ostile (mânia, disprețul, dezgustul, gelozia și invidia), emoții de tristețe și anxietate (tristețea, depresia, suferința, teama și anxietatea socială). Diversitatea și complexitatea stărilor emoționale îl face pe individul uman să fie unic în sfera universului și să îi confere o particularitate inteligenței. Howard Gardner (1983), în lucrarea *Theory of Multiple*

[1] Kory Floyd – *Comunicarea interpersonală*, Editura Polirom, Iași, 2013, p.271
[2] Ibidem, p. 284
[3] Laura K. Gerrero; Kory Floyd – *Nonverbal communication in close relationships*, Mahwah, Lawrence Eribaum Associates, 2006 *apud* Kory Floyd – *Comunicarea interpersonală*, Editura Polirom, Iași, 2013, p.271

Intelligence, a formulat ideea că inteligența umană nu se poate rezuma doar la partea cognitivă (IQ) deoarece există o multitudine de alți factori (printre care și cel legat de afectivitate) care pot afecta performanța activităților unui individ. Ideea a fost preluată și în teza de doctorat a lui Wayne Payne (1985), într-un articol scris de Keith Beasley (1987) în *British Mensa Magazine* sau de psihiatrul Stanley Greenspan (1989), dar cel care a pus bazele cercetării aprofundate a conceptului a fost scriitorul și psihologul american Daniel Goleman. În lucrarea *Emotional Intelligences – Why it may matter more than IQ?* inteligența emoțională este *„capacitatea de a percepe și exprima în mod adecvat emoții, de a folosi emoțiile pentru a facilita gândirea și de a gestiona emoțiile în mod constructiv”*[4] , dar și capacitatea unei persoane de a-și conștientiza emoțiile, facilitând stabilirea relațiilor interpersonale în mod corect și sensibil.

Studiile referitoare la inteligența emoțională realizate de psihologi, sociologi, filosofi sau specialiști în comunicare au relevat faptul că aceasta nu reprezintă doar un instrument în relațiile interpersonale, ci și în afaceri unde cu ajutorul inteligenței emoționale se pot înregistra creșteri ale vânzărilor. De asemenea, pentru evaluarea activității angajaților, pentru selectarea acestora în vederea angajării sau pentru promovarea în funcții de conducere, inteligența emoțională îndeplinește un rol deosebit de important.

O analiză atentă a inteligenței emoționale scoate la iveală două componente distincte
ce întregesc sfera afectivă a individului: inteligența emoțională interioară (sensibilitatea, capacitatea de a se înțelege pe sine, de a aprecia sentimentele, temerile, fericirea, motivațiile) și inteligența emoțională externă (capacități de gestionare a stărilor afective proprii, înțelegerea intențiilor, motivațiilor și dorințelor celorlalți oameni). Aceste două componente se regăsesc în activitatea zilnică desfășurată de fiecare individ.

1. **Domenii de activitate unde inteligența emoțională este recunoscută (artă – muzică, pictură, sculptură, literatură, dramaturgie)**

Domeniile de activitate în care inteligența emoțională este recunoscută și apreciată, în mod evident, sunt cele artistice: muzica, pictura, dansul, sculptura, dramaturgia, opera, filmul, literatura. Varietatea genurilor artistice și a manierelor de interpretare reușesc să satisfacă gusturile variate ale diverselor categorii de public. Biletele la anumite spectacole, festivaluri sau concerte sunt puse în vânzare din timp și se epuizează foarte repede dacă se înscriu în categoria preferințelor publicului, iar acestea se datorează stărilor emoționale resimțite anterior de către anumite persoane. Sunt recunoscuți prin intermediul evenimentelor artistice soliștii, artiștii plastici, balerinii, regizorii, scenariștii care reușesc să transmită mesaje cu valoare emoțională folosind cele mai variate tehnici interpretative: grația mișcărilor, elementele limbajului non-verbal, amestecurile de culori și forme, îmbinarea variată a sunetelor, tonurilor și accentelor.Toate acestea conduc la generarea emoțiilor și la aprecierea valorii interpretative a celor care pun în scenă spectacolul artistic. Astfel, în galeria celebrităților fiecărui gen artistic sunt înregistrate personalități cu un adevărat brand personal (ex. Anthony Hopkins, Angela Gheorghiu, Oleg Danovski,Steven Spielberg etc.).

Pe lângă domeniile artistice, cele care presupun interacțiunea umană reprezintă mediul propice de manifestare a stărilor emoționale. Un medic aflat în relație cu pacientul utilizează tehnici de comunicare verbală și non-verbală în momentul transmiterii diagnosticului și a tratamentului, iar practica a demonstrat că zâmbetul acestuia, tonul calm și ritmul vorbirii generează emoții pozitive care conduc spre o stare mai bună a celui aflat în dificultate. Profesorul este apreciat întotdeauna nu doar pentru capacitatea sa de a transmite informații, ci, în plus sau mai ales, pentru puterea de a trezi emoții pozitive în rândul elevilor sau studenților pe care îi îndrumă. Avocații, la fel ca actorii, utilizează tehnici

[4] Ibidem, p. 291

comunicaționale prin care pot convinge judecătorii în luarea deciziei favorabile pentru clientul pe care îl apără.

Exemplele menționate scot în evidență capacitatea specialiștilor anumitor domenii de a trezi emoții în rândul publicului, acesta însemnând că inteligența emoțională ar putea fi o caracteristică necesară sau chiar o condiție limitativă de a opta în alegerea vreuneia dintre profesiile amintite. Până în prezent nu s-a reușit delimitarea măsurarea nivelului inteligenței emoționale și nici stabilirea unui minim sau maxim necesar pentru anumite domenii de activitate. Aceasta cu atât mai mult cu cât în profesiile amintite este necesară interacțiunea umană, capacitatea de transmitere, dar și de receptare a mesajelor din partea publicului, capacitatea de a reacționa la impulsurile transmise de alții.

Inteligența emoțională, conform teoriei lui D. Goleman, presupune reunirea a patru direcții de manifestare: conștientizarea (capacitatea de a recunoaște propriile emoții, cu punctele slabe, valorile și înțelegerea impactului lor asupra celorlalți), autogestionarea (controlul sau redirecționarea emoțiilor noastre, capacitatea de adaptare la schimbare), empatia (intuirea realității prin identificare afectivă[5]) și managementul relațiilor sociale (capacitatea de a interacționa în cadrul grupurilor sociale).

2. Relațiile publice și inteligența emoțională

Profesiile care presupun interacțiunea dintre oameni utilizează un nivel de inteligență emoțională mai mare atât din partea emițătorilor, cât și din partea receptorilor. Publicul (format dintr-un număr mai mare de persoane) aderă la un mesaj atunci când există preocupare din partea emițătorilor de a utiliza tehnici de trezire a emoției/vibrare emoțională. Aceasta depinde de vârsta receptorilor, de nivelul lor de pregătire (culturală sau de specialitate), de capacitatea de adaptare la diverse solicitări (fizice, sociale, morale) etc.

Pentru relațiile publice, profesie care încă nu și-a consolidat poziția în spațiul instituțional românesc[6], dar care se impune din ce în ce mai convingător prin reprezentanții marilor companii, inteligența emoțională trebuie să fie una din calitățile esențiale pentru persoana care aspiră la ocuparea unoi astfel de job. De altfel, inteligența emoțională însumează rezultatul unor aptitudini și comportamente manifestate în relația cu ceilalți, iar stabilirea unei comunicări bilaterale între organizație (instituție publică sau privată) și diversele categorii de public impune existența unor însușiri ce conturează profilul specialistului potrivit.

Prima dintre ele este aceea de a fi un profesionist în comunicare. Aceasta înseamnă că trebuie să găsească acele tehnici de transmitere a mesajului pe cale orală, scrisă sau on-line, care să permită punerea în valoare a organizației, să contribuie la crearea de legături cu alte entități organizaționale recunoscute public și cu care să realizeze proiecte comune, să faciliteze circuitul informațional în cadrul intern pentru crearea unui climat optim de rezolvare a sarcinilor de lucru și a dificultăților întâmpinate de angajați[7]. În relațiile publice construirea mesajelor reprezintă activitatea cea mai importantă. Elaborarea comunicatelor de presă, dar și în postările din social media sau construirea discursurilor pentru evenimente se realizează prin selectarea cuvintelor cu impact care asigură cheia succesului. Legătura dintre comunicare și inteligența emoțională este relevată și de Daniel Goleman în lucrarea sa:

„*Inteligența emoțională poate avea aplicații în trei direcții ale activității umane (la locul de muncă): capacitatea de a risipi conflictele, de a face critici constructive, crearea*

[5] Conform DEX

[6] În ciuda prevederilor Legii 544/2011, actualizată în 2016 care prevede că „accesul la informația de interes public se face din oficiu sau la cerere, prin intermediul compartimentului pentru **relatii publice**" , art. 4 (1)

[7] *„reglarea sentimentelor în acord cu cei cu care lucrăm.... "* în Daniel Goleman – *Inteligența emoțională,* Editura Curtea Veche, București, 2008, p. 199)

unei atmosfere în care diversitatea este prețuită și nu devine o sursă de fricțiuni și punerea bazei unei rețele de comunicare eficiente." [8]

În organizarea campaniilor sunt utilizate titluri acroșante, cum ar fi: *„Oprește barbaria, salvează România"* – Societatea Ornitologică Română și Federația Coaliția Natura 2000 România, campanie împotriva Legii Vânătorii în forma trimisă de Camera Deputaților în marie 2015;

„Bun venit, Billa" – campanie intensă de comunicare internă pentru angajații preluați de Grupul Carrefour prin achiziționarea 100% a acțiunilor Billa; *„Brutăria de fapte bune"* - campanie internă de responsabilitate socială a BCR, proiect care a răspuns nevoii de implicare în comunitate și de voluntariat ca instrumente de motivare a angajaților și de rezolvare a unor probleme sociale reale; *„România meseriașă"* a OMV Petrom care a identificat nevoia de meseriași specialiști în domeniul petrolier tehnologizat; *„Biosecurizat"* – campania Organizației Agricola Bacău de redare a încrederii în consumul cărnii de pui, pe fondul crizei generate de gripa aviară în 2005[9].

Secvențele rimate, ușor de memorat, cuvântul compus biosecurizat format din prefixul *bio-* cu trimitere la *„natural"* și *securizat* – care oferă protecție; salutul de bun venit alăturat unui substantiv inanimat (numele companiei) și aflat în antiteză cu realitatea care reprezenta desființarea unei companii; asocierea substantivului *„meseriaș*" (derivat de la „meserie" cu sufixul –aș), utilizat în limba comună pentru a desemna specialistul cu pregătire medie, cu substantivul propriu *„România"* care induce semnficația de generalitate, toate acestea reprezintă secvențe lingvistice cu impact emoțional asupra publicului, cu efect de influențare.

În realizarea fotografiilor pentru postările în social media sau pentru produsele de promovare ale organizației sunt utilizate tehnici ale jocului culorilor și formelor prin care sunt surprinse aspectele cu impact emoțional asupra diverselor categorii de public. Nicio imagine nu este folosită întâmplător, întotdeauna este luat în calcul semnificația acesteia, mesajul pe care îl transmite și efectul pe care îl creează. Prezența umană în fotografiile postate pe internet sau utilizate în materialele tipărite întăresc valoarea impactului emoțional, de obicei publicul țintă al organizației fiind cel vizat.

De asemenea, culorile și simbolurile folosite în materialele de relații publice (pliante, broșuri, fly-ere, calendare etc) sunt alese de specialistul de relații publice cu scopul de a trezi interesul, de a sensibiliza, de a obține acordul și aderarea la mesajul transmis. Sunt alese, cu prioritate, culorile de bază (roșu, galben, albastru) cu semnificațiile specifice (pentru roșu - semn al puterii, forței, galben - strălucire, creativitate și vivacitate, albastru – loialitate, încredere, înțelepciune), asociate cu cele complementare (verde - tinerețe, speranță, renaștere; portocaliu/orange – mulțumire, prosperitate, onestitate și violet – bogăție, complexitate), iar texturile, nuanțele și contrastele adaugă valoare semnificației.

Inteligența emoțională în alegerea culorilor are în vedere pe de o parte semnificația acestora, iar pe de altă parte efectele pe care le pot produce în mintea publicului receptor. Capacitatea specialiștilor de relații publice este de a anticipa măsura în care se produc aceste efecte și de a se transforma în atitudini de susținere a organizației. Alegerea unor teme sensibile pentru campaniile de responsabilitate socială pe care comunitatea le cunoaște, dar față de care nu s-au exprimat alții în mod evident, reprezintă o oportunitate pentru firmă/corporație de a-și face simțită prezența în societate, dar și un prilej de afirmare a capacității specialistului de relații publice. Inteligența emoțională se manifestă atât în identificarea cauzei, cât și în găsirea de soluții pentru rezolvarea ei, uneori fiind nevoie chiar de o colaborare cu alți parteneri (proiectul dezvoltat de Romtelekom cu sprijinul asociației *„Telefonul copilului"* pentru a scoate în evidență problema însingurării copiilor cu părinți

[8] Ibidem
[9] Dana Oancea (coord.)- *The Golden Book of Romanian Public Relations*, Ed. Monitorul Oficial, 2017

foarte ocupați – 2010; Organizația *„Salvați copiii”* împreună cu Fundația Orange au conceput un proiect de educație digitală și integrare socială cu ajutorul noii tehnologii adresat copiilor nevăzători și cu deficiențe de vedere din câteva orașe - 2014)[10].

Pe lângă abilitatea de bun comunicator, există și alte calități înrudite cu inteligența emoțională care sunt necesare unui bun specialist de relații publice: tact, răbdare, sociabilitate, flexibilitate, simțul umorului, rapiditate în luarea deciziilor. Întreaga activitate de cercetare, planificare, acțiune și evaluare implică inteligența emoțională cu scopul de a crea o imagine pozitivă a organizației în rândul publicului (stakeholders sau cetățenii unei comunități), pentru promovarea produselor sau serviciilor realizate de organizație, pentru oferirea de satisfacție angajaților proprii sau pentru atragerea unor noi parteneri și angajați, cu o viziune nouă în ceea ce privește activitatea instituției sau firmei.

Concluzii

Pentru domeniul relațiilor publice, inteligența emoțională este o condiție necesară a succesului firmei sau instituției existente într-o comunitate. Dialogul cu stakeholderii, crearea de materiale promoționale, postarea în mediul on-line, organizarea de evenimente reprezintă momente în care inteligența emoțională este pusă în valoare, creând un mediu lucrativ propice și asigurând o imagine favorabilă pentru angajator. Toate abilitățile comunicaționale ale specialistului de relații publice, îmbinarea informațiilor din domeniul pe care îl deservește cu cele ale partenerilor din proiecte, utilizarea tehnicilor de codificare și de interpretare a semnelor/culorilor conduc spre crearea liantului afectiv, dar și spre dezvoltarea inteligenței emoționale a receptorilor.

BIBLIOGRAPHY

1. Davidson J., Richard; Begley, Sharon - *Creierul și inteligența emoțională*, Editura Litera, București, 2013
2. Floyd, Kory – *Comunicarea interpersonală*, Editura Polirom, Iași, 2013
3. Goleman, Daniel – *Inteligența emoțională*, Editura Curtea veche, București, 2008
4. Goleman, Daniel – *Inteligența socială. Noua știință a relațiilor umane*, Editura Curtea veche, București, 2018
5. Maxwell, C. John – *Toți comunicăm, dar puțini stabilim și relații*, Editura Amaltea, București, 2011
6. Oancea, Dana (coord.) - *The Golden Book of Romanian Public Relations*, Ed. Monitorul Oficial, 2017

[10] *„de câte ori oamenii colaborează , indiferent dacă este vorba de o ședință de planificare sau de o muncă în echipă pentru un anumit proiect comun, există un IQ al grupului, ce însumează talentele și capacitățile celor implicați.Cât de bine reușesc ei să își ducă la bun sfârșit misiunea va depinde și de cât de mare este acest IQ. Cel mai important element în inteligența grupului nu este atâta un IQ academic, ci mai curând al inteligenței emoționale.”* – Daniel Goleman – *Inteligența emoțională*, Editura Curtea veche, București, 2008 *p. 212*

THE DYNAMICS OF THE ROMANIAN JOURNALISTIC LANGUAGE NOWADAYS: NORMATIVE GRAMMAR RULES

Mihaela Mureşan
Assoc. Prof., PhD, "Babeş-Bolyai" University of Cluj-Napoca

Abstract:The journalistic language nowadays is changing step by step, due to the following reasons: the linguistic fashion, the speakers that follow their certain rules of the language, the language used by social media.
Therefore, people should be aware of the fact that the main normative rules in grammar are to be followed even by the journalists.

Keywords: normative grammar, journalistic language, anglicism, anglicism invasion

Înnoirea continuă a vocabularului unei limbi este un proces vital datorită schimbărilor permanente din societatea umană. Astfel, de mai bine de douăzeci de ani se observă utilizarea unor termeni împrumutaţi din limba engleză în diverse domenii: informatică, finanţe, comerţ, economie, cultură, modă, artă, sport etc. Astfel, se înregistrează o folosire frecventă a unor termeni care provin din limba engleză, termeni care se definesc ca *anglicisme.*

Așa cum sugerează și structura sa etimologică, „neologism" înseamnă „cuvânt nou", lucru dedus din faptul că termenul este compus din două elemente de origine greacă: adjectivul „neos" = nou + substantivul „logos" = cuvânt. Astfel, neologismele se pot defini ca fiind acele cuvinte nou apărute într-o limbă, chiar dacă acestea sunt împrumuturi sau creații interne ale limbii respective și care desemnează, în general, o realitate nouă.

Un aspect important de reținut este faptul că nu toți termenii străini sunt neologisme, prin prisma faptului că „uneori, calitatea de neologism se poate pierde cu trecerea timpului, realitatea nou descrisă de un neologism, prin generalizare, poate căpăta accente arhaice" (Pînzariu, 2014, p. 35). E evident că nu toți termenii străini pătrunși, la un moment dat, în limba română sunt neologisme. Treptat, prin utilizare frecventă, aceștia se încetățenesc în vocabularul limbii române, devin cuvinte uzuale.

Lingvistul Petru Zugun afirma că xenismele sunt „împrumuturi neadaptate care sînt păstrate intenționat cu forma și sensul din limbile împrumutătoare" (Zugun, 2000, p. 160). Spre deosebire de neologisme, xenismele nu sunt „adaptate fonetic, ortografic, morfosintactic și semantic" (Zugun, 2000, p.160) în limba română. De exemplu, cuvântul „mentenanță" nu poate fi considerat xenism, ci neologism, pe motiv că este un cuvânt de origine franceză („maintenace"), care s-a adaptat normelor limbii române. Pe de altă parte, cuvântul „hobby" nu a suferit vreo modificare, continuând să fie folosit în română la fel precum în limba engleză.

Petru Zugun remarcă faptul că, în prezent, ne confruntăm cu o „adevărată invazie de xenisme de origine engleză, cu precădere în limbajul internetului, la acestea adăugându-se chiar împrumuturi, indirecte însă, din japoneză, precum *kimono, judo, jujitsu, summo, kamicadze, harakiri, sudoku, tsunami* ș.a., din arabă (*sharia*) sau din alte limbi" (Zugun, 2006, p.315).

Barbarismele reprezintă acele împrumuturi neadaptate, care nu „s-au diferențiat prin nicio trăsătură sematică de sinonime ale lor" (Zugun, 2000, p.160). Cu alte cuvinte, barbarismele sunt acei termeni împrumutați dintr-o limbă străină, care sunt utilizați fără a fi

necesar în actul comunicării. De menţionat este faptul că barbarismele nu sunt doar acele cuvinte care îmbracă exact forma utilizată în limba din care provin, ci sunt şi acele expresii ori cuvinte traduse eronat, după modelul idiomului de apartenenţă.

În ceea ce priveşte adaptarea anglicismelor în limba română, se observă schimbarea, transformarea, metamorfozarea la nivelul limbii române, adică adaptarea grafică şi fonetică. Aşadar, între utilizarea frecventă a împrumuturilor din limba engleză şi normele existente se manifestă o relaţie evidenţiată de raportul dintre grafia fonetică şi cea etimologică a anglicismelor şi relaţia dintre pronunţie şi grafie.

La nivelul grafic, în funcţie de specificul împrumutului respectiv, de utilizarea lui, de necesitatea şi de circulaţia în limba română, acesta poate fi adaptat sau nu limbii române. Există anglicisme utilizate cu o grafie etimologică refăcută, de exemplu *leader, finish, match.* În limba română, anglicismele pătrund cu grafia etimologică, iar pe parcurs se urmăreşte stabilirea acestora conform normelor în vigoare.

În cadrul limbajului curent, se întâlnesc numeroase cuvinte de proveniență străină care au fost pe deplin asimilate în structurile limbii române. Ele s-au adaptat, în principal, normelor ortografice și fonetice ale limbii române. Aceste cuvinte adaptate și asimilate în vocabularul limbii române pot fi numite împrumuturi „românizate”.

Procesul de „românizare” necesită timp, iar cuvintele provenite dintr-o limbă străină trec prin mai multe etape înainte de a fi incluse în lexicul limbii române. Pentru a înțelege mai bine acest fenomen, sunt binevenite o serie de exemple. Denumirile date sporturilor de echipă constituie exemple elocvente: termenul „fotbal” provine de la englezescul „football”, „handbal” provine de la englezescul „handball”, iar „baschet” provine de la englezescul „basketball”.

Există împrumuturi englezești care, din punctul de vedere al grafiei, se scriu asemănător în ambele limbi. De exemplu, dacă în limba engleză anumite abrevieri se scriu cu majuscule, scrierea acestora în limba română se face tot cu ajutorul majusculelor (exemple: *VIP, PR, USB, PC, PIN, IT, IBAN, DJ, OK*).

Din punct de vedere fonetic, în cazul compuselor de tip alfabetic, există două posibilităţi de rostire: prima este rostirea de reproducere, exactă sau aproximativă a pronunţiei englezeşti: IT/aiti/ (rom.) - IT/ aɪ’ti:/ (engl.), OK/O.K./okeĭ/ (rom.) - OK/ okay/əʊ’keɪ/ (engl.), iar cea de-a doua este rostirea conformă normelor ortoepice ale limbii române, de exemplu: ATM/ateme/ (rom.) - ATM/eɪti:’em/ (engl.),USB /usebe/ (rom.) - USB/ju: es’bi:/(engl.).

Anglicismele care se folosesc tot mai frecvent în textele jurnalistice din mediul online sugerează existenţa unui fenomen internaţional, nu doar european, ci chiar mondial, care s-a răspândit în diverse domenii. Factorii care au contribuit la acest fenomen sunt diverşi, printre care amintim progresul anumitor domenii ale tehnicii şi ale informaticii, răspândirea cinematografiei americane, necesitatea unei comunicării la nivel internaţional, moda lingvistică care este într-o continuă schimbare şi transfomare etc.

În ultimele decenii a avut loc o răspândire evidentă a împrumuturilor din limba engleză britanică şi americană atât la nivelul vorbirii, cât şi la nivelul scrierii şi al rostirii în limba română. În textele jurnalistice publicate în mediul online se observă o pătrundere masivă a acestor împrumuturi, în diverse domenii.

Ca orice fenomen care survine în structurile unei limbi, „invazia” termenilor străini în vocabularul limbii române are atât cauze, cât și consecințe. Cauzele încetățenirii termenilor străini în limba română sunt multiple. Pot fi aduse în discuție globalizarea, moda lingvistică, necesitatea de a desemna orizonturi lingvistice noi, care nu au corespondent în limba română. De asemenea, nu poate fi negat aportul pe care îl au mijloacele de comunicare în masă la facilitarea și încurajarea procesului de adaptare și adoptare a termenilor străini, în structurile limbii române.

Dacă aruncăm o privire de ansamblu asupra limbajului şi asupra tendinţelor lingvistice ale românilor, în special ale jurnaliştilor ori specialiştilor dintr-un anume câmp de activitate, vom observa că anglicismele au invadat şi tind, tot mai mult, să invadeze palierele lingvistice din cea mai mare parte a domeniilor vieţii sociale. Printre domeniile în care anglicismele sunt utilizitate cu frecvenţa cea mai mare se numără economia, politica, informatica, sportul, moda, gastronomia, muzica.

De-a lungul timpului, studiile şi lucrările de specialitate au împărţit anglicismele în diverse categorii, în funcţie de criterii care se doreau a fi cât mai relevante. Considerăm că scopul utilizării lor, gradul de asimilare, precum şi modul lor de formare sunt cele mai importante criterii după care se pot clasifica anglicismele. După *scopul* în care sunt utilizate, ele pot fi necesare sau *de lux*.

Sextil Puşcariu a clasificat împrumuturile de termeni străini în „împrumuturi necesare" şi „împrumuturi de lux". Definiţiile date de acesta celor două tipuri de împrumuturi sunt valabile şi în cazul anglicismelor, care, la rândul lor, reprezintă împrumuturi de termeni străini. Lingvistul afirmă că împrumuturile dovedesc „o lipsă de simţ tradiţionalist şi un mare prestigiu a tot ce e străin, o neobişnuită putere de adaptabilitate la orice formă nouă, o înţelegere fulgerătoare a mecanismului construcţiei străine şi (...) o adevărată pasiune de a-şi îmbogăţi limba cu posibilităţi nouă de exprimare plastică şi nebanalizată" (Puşcariu, 1976, p.371) .

Sextil Puşcariu a făcut această clasificare a împrumuturilor din limba engleză, numindu-le „necesare" şi „de lux" - cu alte cuvinte, „denotative" şi „conotative". Cele *necesare* sau *denotative* sunt acele împrumuturi care nu au un corespondent în limba română, iar prin utilizarea lor aduc mai multe beneficii în comparaţie cu termenii de origine română. Utilizarea acestor anglicisme „denotative" prezintă câteva beneficii în limbajul românesc, ca de exemplu: exactitatea şi simplitatea lor(adesea, este preferată sintagma *mass-media* în schimbul corespondentului *mijloace de comunicare în masă*). Prin caracterul lor international, se uşurează comunicarea între vorbitori, oferindu-le acestora posibilitatea de a comunica mai lejer, pe înţelesul tuturor. Aceşti termeni sunt folosiţi pentru a exprima anumite cuvinte sau sintagme fixe, clare şi concise.

În schimb, anglicismele *conotative* sau *de lux* aduc o informaţie suplimentară, dublează un cuvânt care există deja în limba română cu scopul de a îmbogăţi limbajul românesc la nivel stilistic. Se întâlnesc în diverse domenii: politic, economic, sportiv (*coach, goalkeeper, team*), al învăţământului (*training, workshop*), în domeniul artistic (*band, evergreen, performance*) etc. sau chiar şi în varianta colocvială (de exemplu, se folosesc anglicismele *boss* pentru *şef/patron*, *high-life* pentru *elită*, *party* pentru *petrecere*).

Referitor la împrumuturile *necesare*, ele sunt „cuvinte sau unităţi frazeologice care nu au corespondent românesc sau care reprezintă avantaje în raport cu termenul autohton ." (Stoichiţoiu-Ichim, 2001, p.85). Împrumuturile *de lux* se află la polul opus, fiind considerate împrumuturi inutile, chiar dăunătoare şi nemotivate. Denotă necunoaşterea limbii materne, comoditate, dublează termeni, nu aduc nimic nou. Cu alte cuvinte, anglicismele *necesare* sunt acei termeni care nu au corespondent în limba română, deci, este motivată utilizarea lor (exemplu: *rugby, tenis, stick*). De asemenea, anglicismele *de lux* sunt reprezentate de acele cuvinte străine utilizate în vorbire, în ciuda faptului că au corespondent în limba română (exemplu: *weekend, beauty, make-up*).

După *gradul de asimilare*, anglicismele sunt :*asimilate şi neasimilate* - clasificare abordată de Adriana Stoichiţoiu-Ichim. Anglicismele *asimiltate* sunt acele anglicisme care au fost adaptate grafic, fonetic, morfologic în vocabularul limbii române. Cu alte cuvinte, este vorba despre acele anglicisme „românizate", precum „*blugi (< bluejeans); ciungă (< chewing-gum); bişniţă (< business); living (< living-room); rachet/raket (< racheteer)*" (Stoichiţoiu-Ichim, 2006, p. 35).

Anglicismele *neasimilate* se caracterizează „prin specificul fonetic/grafic al cuvântului englezesc, care nu permite nici atașarea mărcilor morfologice românești, nici *românizarea* pronunției." (Stoichițoiu-Ichim, 2006, p. 37). Aceași autoare precizează că acest tip de anglicisme se întâlnește, îndeosebi, „în reviste dedicate publicului tânăr și cosmopolit, cunoscător al limbii engleze" (Stoichițoiu-Ichim, 2006, p. 37). Ca exemple în acest sens, pot fi analizați termeni precum: *bodypainting, teleshopping, cowboy, hostess, iceberg, copyright, dealer.*

După *modul de formare,* anglicismele sunt :*frazeologice* sau *formate prin derivare cu sufixe și/sau prefixe*

Anglicismele *frazeologice* sunt acelea care se compun „prin abreviere (de exemplu, CV, NATO, K.O., CD, PC), prin îmbinare după topica englezească (de exemplu, *București Mall, Napoca Hotel, Snack Bar, Marius Tucă Show*), din elemente trunchiate (de exemplu, *hi-fi, high-tech*), din termeni neadaptați (de exemplu, *fast food, first lady, last but not least, second-hand*) (Mureșan, 2009, p. 137-138).

Anglicismele *formate prin derivare cu sufixe și prefixe* se caracterizează prin faptul că unui cuvânt de bază i se adaugă un sufix sau un prefix specific ori ambele, în unele cazuri. Câteva anglicisme incluse în această categorie sunt: *superman, superstar, megaparty, planning, download, (se) uploadează.*

Anglicismele folosite în limbajul mediatic românesc sunt diverse atât din punctul de vedere al formei și al scopului folosit, cât și în ceea ce privește categoria din care fac parte. Unele sunt folosite corect, fiind adaptate normelor din limba română sau se află în proces de transformare, altele sunt folosite greșit. Vorbitorii și specialiștii ar trebui să analizeze atât avantajele, cât și dezavantajele folosirii anglicismelor în limba română, mai exact în limbajul mediatic românesc și să privească acest fenomen ca o oportunitate de îmbogățire a lexicului, nu un mijloc de distrugere a limbii române actuale.

BIBLIOGRAPHY

Avram, Mioara, *Anglicisme în limba română*, Bucureşti, Editura Academiei Române, 1997

Borțun, Dumitru, *Mareea Neagră: limba română sub asediu. Greșeli de exprimare în mass-media din România,* București, Tritonic, 2015

Bujeniță, Mihai, *Din terminologia nautică românească II. Termeni marinăreşti de origine engleză,* LR, 1, 1966

Cesereanu, Ruxandra, coord., *Curente şi tendinţe în jurnalismul contemporan*, Cluj-Napoca, Limes, 2003

Ciobanu, Georgeta, *Anglicisme în limba română*, Timişoara, Editura Amphora, 1996

Ciobanu, Georgeta, *Romanian Words of English Origin,* Timişoara, Editura Amphora, 1997

Coteanu, Ion, *Stilistica funcţională a limbii române-Stil, stilistică,limbaj,* Bucureşti, Editura Academiei Române, 1973

Dimitrescu, Florica, *Dinamica lexicului românesc,*Bucureşti, Editura Logos, 1995

Gruiță, Gligor, *Gramatică normativă*, Piteşti, Paralela 45, 2007

Gruiță, Gligor, *Moda lingvistică 2007*, Piteşti, Paralela 45, 2006

Mureşan, Mihaela, *Tendinţe lingvistice în presa scrisă contemporană în jurnalism şi comunicare,* III, 4, 2008

Mureșan, Mihaela, coord., *Aspecte ale limbajului mediatic românesc. Analize și studii de caz,* Cluj-Napoca, Editura Accent, 2009

Pînzariu, Cătălina -Iuliana, *Neologismele românești cu etimologie multiplă latino-romanică,* Cluj-Napoca, Editura Casa Cărții de Știință, 2014

Pușcariu, Sextil, *Limba română. Vol I: Privire generală*, Bucureşti, Editura Minerva, 1976

Stoichiţoiu-Ichim, Adriana, *Aspecte ale influenţei engleze în româna actuală*, Bucureşti, Editura Universităţii din Bucureşti, 2006

Stoichiţoiu-Ichim, Adriana, *Vocabularul limbii române actuale*, Bucureşti, Editura All, 2005

Stoichiţoiu-Ichim, Adriana, *Vocabularul limbii române actuale. Dinamică, influenţe, creativitate*, Bucureşti, Editura ALL, 2001

Zafiu, Rodica, *"Mărci ale oralităţii în limbajul jurnalistic actual", în Aspecte ale dinamicii române actuale (coord.Gabriela Pană-Dindelegan)*, Bucureşti, Editura Universităţii din Bucureşti, 2002

Zugun, Petru, *Lexicologia limbii române*, Iași, Editura Tehnopress, 2000

CREATIVITY: VALUING THE CORELATIVE ENTITIES IN EDUCATION

Nelu Vicol, Lilia Voloh
Assoc. Prof. PhD., Institute of Education Sciences, Teacher, Ecology College, Chișinău, Republica Moldova

Abstract: In the epoch that we call the era of globalisation, there are no differences between an ordinary person and the man of creation. Every ordinary human being can make an improvement in his work, a small innovation or invention. This process requires revaluation of certain correlative entities of creativity in education. They are identified in the student's relation with values, culture, ideology, attitude, affective (originality, authentication), argumentation, language, identification, rationality, inter- human relation, inter- human communication. Thus, reality is viewed in the correlative entities of creativity in objective and subjective way, in real or relative way.

Keywords: creativity, entity, correlation, education, schoolteacher.

Pe parcursul evoluției sale, creativitatea a fost considerată în mod exclusiv apanajul unei minorități umane restrânse doar în cazul când reflectăm asupra nivelurilor creativității inovatoare și creativității emergente [1]. În acest context se disting trei aspecte ca fiind esențiale creativității: *actul, procesul și capacitatea complexă a individului*, care se manifestă în varia grade de noutate, de originalitate. Urmând linia logică a acestei esențe a creativității, A.L.Taylor [1] distinge cinci niveluri ale ei:

1. *creativitatea expresivă* care se identifică în exprimarea liberă și spontană a persoanei, fără a fi proiectată utilitatea și valoarea acestei exprimări (de exemplu, desenele pe care le realizează copiii);
2. *creativitatea productivă* care se identifică la individul care a acumulat și a achiziționat priceperi și deprinderi ce îi dau posibilitate să producă lucruri utile, însă cu un nivel de originalitate minim (aceasta poate fi sesizat în produsele meșterilor populari sau a muncitorilor calificați);
3. *creativitatea inventivă* care se identifică în invențiile de produse sau aparate etc. îmbunătățite la un nivel sporit de originalitate în scopul de a fi brevetate și difuzate în producție (este cazul inventatorilor);
4. *creativitatea inovatoare* care se identifică în modificările principiilor ce fundamentează un anumit domeniu, în modalități noi de exprimare specifică indivizilor talentați (este cazul unei minorități de elită);
5. *creativitatea emergentă* care se identifică în manifestarea individului de geniu la nivelul maxim de revoluționare a unui domeniu științific sau de creație artistică, deschizând noi orientări de intervenții creatoare.

În raport cu aceste niveluri sau trepte de creativitate, putem afirma că orice individ normal este capabil de o „creativitate productivă"; de exemplu, elevul se manifestă în procesul de învățare la nivelul creativității productive.

Aceste niveluri calitative în creație impun eforturile de gândire obișnuită a individului, ce pot implica un demers/un concept/un produs nou, „cel puțin pentru persoana aflată în impas" (A. Cosmovici), Așadar, omul normal poate să realizeze o intervenție corectivă în scopul de îmbunătățire a activității sale, deci o mică inovație sau invenție a performanței, iar

pentru aceasta i se solicită preocuparea (permanentă) specială în condiţii favorabile dezvoltării creativităţii. Însă omul trebuie să simtă şi o motivaţie, o dorinţă, să năzuiască la aspiraţia creatoare, dat fiind că însăşi apariţia unei idei „este în funcţie de o anume atitudine inovatoare, creatoare, ce duce la un mod aparte de a privi ambianţa, fenomenele, aparatele, oamenii: cine se descurajează uşor şi nu e capabil să dea piept cu greutăţile nu poate ajunge la realizări notabile. Nici în artă, nimeni, chiar marile talente, n-au creat nimic remarcabil fără o luptă îndârjită pentru îmbogăţirea mijlocului de expresie, fie el cuvântul, culoarea sau armonia sunetelor" [1].

În procesul de creație intervin varia entități corelative animând omul în sentimente trainice, veritabile pasiuni ce îi domină preocupările, aspirațiile, iar succesele (victoriile, culmile atinse, „redutele cucerite") îi cauzează emoţii puternice, energizând și intensificând obsesiile lui creatoare.

În contextul educației tinerei generații, dar și în activitatea profesională a cadrelor didactice și în cultura organizațională, creativitatea semnifică o „iscusință care nu poate fi învățată" [3], însă unica modalitate de a fi identificată și de a-i spori unul dintre nivelurile menționate se întrevede în practicarea ei, deci ea se proliferează în procesul de învățare bazată pe activitate, pe conceptul de „je peu"/„nous pouvons", deci atare activitate creativă înseamnă una dintre următoarele presiuni ale competiției în procesul educațional:

- presiunea competiției la nivel instituțional/organizațional privind serviciile educaționale pe care le furnizează o anumită școală în competiție cu o altă școală;
- presiunea competiției la nivel personal a elevilor în procesul de învățare;
- presiunea timpului deoarece serviciile educaționale, dezvoltarea instituțională/organizațională se desfășoară în intervale scurte etc.

Pentru a depăși orice presiune la toate aceste niveluri există o unică soluție cu adevărat productivă în dezvoltarea și „schimbarea la față" atât a persoanei, cât și a instituției/a organizației/a produselor, și atare soluție se numește creativitate. Deci, creativitatea este cheia schimbării, iar „inovația este cerința esențială pentru a nu ne scufunda atunci când vine alt val de schimbări" [3]. Aici se pune problema personalului care este încadrat în activitatea instituției/organizației: acest personal poate fi obosit, stresat, plictisit, dezorientat, nedisciplinat etc. Or, un grup cu o atitudine negativă tinde să înăbușe ideile, nu să le încurajeze și să le dezvolte. În atare situație este suprimat potențialul creativ natural din cauza combinației între socializare și educație care, ambele, nu aduc la identificarea unei soluții creative. În acest context intervin *entitățile corelative creativității* ce pot injecta o doză „magică" de creativitate dintr-o seringă uriașă cu eticheta „inovație" și care pot fi un catalizator al eliberării unei părți din creativitatea naturală ce a fost înlănțuită de obișnuință, de pregătirea profesională insuficientă și de lipsa de energie mobilizatoare sau de stilul „laisser faire".

Care, așadar, sunt aceste entități corelative ale creativității în educație?

Răspunsul rezidă în vizualizarea atitudinii fiecărui exponent/a fiecărui actor al instituției educaționale care este încadrat în schema procesului de schimbare, de acțiuni inovative.

Faptul că ţi-a venit o idee nu este imperios suficient pentru a afirma că ai realizat o invenţie, aceasta trebuie argumentată, demonstrată cu date şi esenţe calitative, cu modele şi cu verificări multiple, toate parcurgând anumite etape, şi anume [1, 3]:

- *perioada de preparare*, de „însemânțare": se adună informaţii, se fac observaţii, se delimitează problema, scopul urmărit, se schiţează o ipoteză ori un proiect general;
- *incubaţia* sau „expectanța": răstimp al eforturilor, al încercărilor sterile când nu se identifică soluţia problemei/răspunsul la întrebări, când se aduc anumite concretizări proiectului iniţial şi când soluția nu e satisfăcătoare (incubaţia poate dura foarte mult, chiar

ani de zile);

- *iluminarea* sau „înmugurirea": momentul fericit când apare soluţia sau, în artă, când opera e văzută integral; acest fenomen se produce uneori în mod spectaculos: i se spune „inspiraţie", dacă artistul trăieşte opera intens, conştient de toate componentele şi detaliile ei; în ştiinţă se vorbeşte de „intuiţie";
- *intuiţia* (o cunoaştere sintetică, integrală a demonstraţiei ce elucidează toate aspectele problemei); se intuiesc soluţii care,deseori, apar în mod surprinzător;
- *verificarea sau „culesul roadelor":* este necesară după concepţia iniţială, pentru a elimina eventuale erori sau lacune; se revizuieşte creaţia, se fac retuşuri; sunt cazuri când mari părţi din operă sunt rescrise de mai multe ori.

Urmând firul logic al cultivării gândirii inovatoare, astăzi creativitatea a devenit o sarcină destul de importantă a şcolii contemporane. În scopul dezvoltării creativităţii în procesul educaţional, sunt identificate *mijloace nespecifice,* fără o relaţie cu anume obiect de învăţământ, şi *metode specifice,* în raport cu o anume materie, în funcţie de conţinutul ei.

La prima sarcină de procedee se disting trei categorii de probe [1]:

1. de tip „imaginativ-inventiv", când se cere copiilor să elaboreze o compunere având în centru un obiect extrem de simplu: o frunză, un nasture sau un gard de nuiele;
2. de tip „problematic": elevii sunt solicitaţi să formuleze cât mai multe întrebări în legătură cu obiecte cunoscute: „piatră", „foc", „aer", „stele", „ocean" ş.a.;
3. de tip „combinat", în care trebuie să realizeze mici compuneri pe marginea unor tablouri înfăţişând diverse scene sau să formuleze morala ce se poate degaja dintr-o asemenea imagine etc.

Una dintre entităţile corelative creativităţii în educaţie o semnifică *„inima filosofiei" ce pulsează în valori*. Şcolile noastre trebuie deci să ajute tinerii noştri să cunoască necondiţionat ce valori ne controlează şi ne orientează deciziile, atitudinile, comportamentele, relaţiile, acţiunile, pentru că omul este o fiinţă prin ea însăşi valorizatoare [4]. Nu poţi fi creativ dacă nu ai percepţia valorilor, a sensului lor şi a importanţei lor pentru construcţia vieţii şi a casei, dat fiind că valorile generează valori. Aşadar, „educaţia reprezintă o transformare a valorilor obiective în valori subiective; ea se adresează spiritului individual, căruia îi este proprie personală, trăire a unui sentiment de apartenenţă la o comunitate de valori şi destin; prin urmare, este nevoie să îi învăţăm pe elevi să-şi facă *bucurii active în mod creator*" [5], deci să simtă *stările de spirit creativ*.

În perspectiva altei entităţi corelative a creativităţii educaţia semnifică un proces şi o *activitate culturală* în esenţa sa de *transmitere culturală* şi îi asigură elevului o cunoaştere exhaustivă, îi cultivă atitudinea şi sensibilitatea faţă de valori, tendinţa de contact cu acestea şi îi fortifică potenţele creatoare şi cele pentru crearea de valori.

O altă entitate a creativităţii se materializează în *procesele afective* (emoţii, sentimente, pasiuni) şi în comportarea emotivă şi în sensibilitate. Pentru creativitate starea de spirit este de o importanţă vitală; ea implică o foarte mare doză de profeţie ce se realizează. Pedagogia eficientă este cea care dă posibilitatea fiecăruia să fie inteligent şi de aceea are grijă de a ţine seama de preferinţele cerebrale ale acelora de a le permite să înţeleagă în conformitate cu modurile ce le sunt specifice.

Pedagogia eficientă, subliniază Mihaela Roco [6], este cea care se adresează în diferite momente creierului în totalitatea lui şi nu doar uneia dintre zonele lui. Astfel, în contextul entităţilor corelative se prefigurează *tipurile sinelui* [7, 8, 9] corespunzătoare modurilor (Limbic stâng, Limbic drept) de funcţionare a sectoarelor cerebrale, şi anume: sinele raţional – CoS; sinele sentimental – LiS; sinele experimental – CoD; sinele centrat pe securitate – LiD, în conformitate cu tabelul de mai jos (după N. Herman):

Tipurile sinelui corespunzătoare celor patru sectoare cerebrale

Sinele raţional (CoS)	**Sinele sentimental (LiS)**	**Sinele experimental (CoD)**	**Sinele centrat pe securitate (LiD)**
Analizează	Sensibil faţă de alţii	Deduce	Acţionează preventiv
Calculează	Îi place să predea	Îşi imaginează	Stabileşte procesuri
Este logic	Îi place să atingă	Speculează	Rezolvă probleme
Este critic	Este de ajutor	Îşi asumă riscuri	Este de încredere
Este realist	Este expresiv	Este impetuos	Organizează
Îi plac numerele	Este emoţional	Încalcă regulile	Este îngrijit
Se pricepe la bani	Vorbeşte mult	Îi plac surprizele	Este punctual
Este bine informat	Simte	Este curios / Se joacă	Planifică

Aceste moduri de funcţionare a sectoarelor orientează persoana spre aspectele creativităţii comunicării în relaţiile interpersonale.

În consonanţa pedagogiei eficiente se profilează şi raţionalitatea ca fiind una dintre entităţile corelative creativităţii în educaţie. În faţa oricărui gen de incertitudine ori provizorat, omul are nevoie de o conştiinţă a forţei. Asemenea atitudine poate fi interpretată ca un joc al raţiunii în care, dacă te angajezi, totul sfârşeşte printr-o bucurie, o teodicee şi o absolută afirmare a vieţii [10], dat fiind că raţiunea unifică toate acţiunile omului şi acoperă întreg domeniul culturii, este un proces dinamic şi se caracterizează prin esenţa sa etică, este,deci, trăsătura caracteristică a omului, el fiind „un corelat al ideilor sale infinite” [11].

Relaţia între oameni semnifică şi ea una dintre entităţile corelative ale creativităţii: relaţia umană este diversă şi se multiplică prin faptul că se unifică fiind concomitent relaţie de unire prin cetăţenie, religie, profesie etc., ce atrage, mai ales în profesii, dezbateri ale psihologilor şi sociologilor duce la creşterea productivităţii muncii [12]. Specialiştii iau în atenţia lor conceptuală standardul relaţiilor umane, ce facilitează solidarizări şi idealuri comune, acesta semnificând optica relaxată asupra valorii reale a fiecărui om. Relaţiile umane pot fi motivate şi saturate în idei (sociale, culturale, politice, economice, religioase etc.) care alimentează dezvoltarea condiţiei/esenţei umane şi creează societatea cu progresele ei. Gabriel Albu punctează că toate formele de relaţii umane sunt relaţii umane sociale, legături psihologice conştiente şi directe între două sau mai multe persoane; o relaţie e scop în sine, contează prin ca însăşi, există pentru a ne dărui celuilalt, nu are sfârşit, nu are preţ, nu este cuantificabilă, se întreţine pe ea însăşi, este sinceră, în afara timpului - e „ilogică”, este unitate a blândeţii şi dăruirii, există o expunere fără rest, totală, nu contează inteligenţa, ci încrederea, sacrificiile sunt totale, fără limite, făcute din cea mai adâncă pornire etc. [13].

În gama entităţilor corelative creativităţii principalul motiv al relaţiei comunicative este tendinţa individului om de a se actualiza pe sine prin *limbaj* urmărind scopul de a „se descoperi” în faţa altora şi de a deveni ceea ce este potenţial. Comunicarea este imanentă fiecărui individ aşteptând condiţii şi modalităţi optime pentru a fi eliberată şi a fi exprimată prin limbaj. În contextul creativităţii limbajul este determinat *de creaţia cuvântului,* care semnifică „deşteptarea” limbajului: nici un act creativ nu ar fi cu putinţă fără să fie integrat în creaţia cuvântului [14]. Se profilează, aşadar, *valoarea de expresivitate şi estetica limbajului* care sensibilizează elevii în integrarea lor în educaţia etică, morală şi comportamentală ca răspuns oportun la frământările conştiinţei contemporane.

În concluzie putem afirma că entităţile corelative ale creativităţii menţionate supra semnifică o anumită doctrină în educaţie şi ea semnifică fundamentele gândirii teoretice şi creaţia ştiinţifică ce izvorăsc dintr-o sensibilitate aparte ale cadrelor didactice pentru cuvinte şi idei, puse în slujba elevului ca spirit liber, activ făuritor de produse ale învăţării creative; doctrina înseamnă filosofia domeniului de care este preocupat specialistul.

BIBLIOGRAPHY

1. Cosmovici Andrei, Luminița Iacob (coordonatori), Psihologie școlară. Iași: Polirom, 1998
2. Teodorescu Stela, Psihoantropogeneză. Concepţia psihologică a lui Pierre Janet despre om. Iași: Editura A92, 199.
3. Clegg Brian, Birch Paul, Creativitatea. Curs rapid. Iași: Polirom, 2003
4. Albu Gabriel, Cojocaru V.M., Universul valoric al profesorului. Iași: Institutul European, 201
5. Albulescu I., Doctrine pedagogice. București: EDP, 2007
6. Roco M., Creativitate şi inteligenţă emoţională, Iaşi: Polirom, 2004
7. Jung C.G., Les types psychologiques. Paris: PUF, 1993
8. Milea D., Construcţia de sine în ficţiunea autorului. Premisele formative ale discursului etic şi estetic din literatura secolului al XX-lea, în: Promovarea artei şi a culturii europene prin educaţie, Galaţi, 2006
9. Ştir C.-C., Ipostaze ale stimei de sine în condiţii de competiţie, respectiv de cooperare intragrupală, în: Promovarea artei şi a culturii europene prin educaţie, Galaţi, 2006
10. Nitzsche Tr., Voința de putere. Eseu despre o transformare a tuturor valorilor. București: Antet, 2015
11. Ricoeur P., La școala fenomenologiei. București: Humanitas, 2012
12. Șchiopu U., Dicționar de psihologie. București: Editura Babel, 1997
13. Albu G., Educația, profesorul și vremurile. Eseuri de pedagogie socială. Pitești: Paralela 45, 2009
14. Vicol Nelu, Valori și funcții ale limbajului în construcția comunicării. Chișinău, Tpogr. Totex-Lux, 2016
15. Carre Emmanuel, Cum să ne dezvoltăm creativitatea. Iași: Polirom, 2002
16. Fryer Marlyn, Predarea și învățarea creativă. Chișinău: Editura Uniunii Scriitorilor, 2004

CENTRAL PUBLIC ADMINISTRATION AND SOCIAL MEDIA.- AN ANALYSIS OF ONLINE INTERACTIONS AND STRATEGIC COMMUNICATION

Maria Magdalena Popescu
Assoc. Prof., PhD, "Carol I" National Defence University

Abstract: Beside websites and other online communication tools, social media is slowly seen as a tool that raises awareness, promotes values, builds social responsibility and improves connections between the public administration and society at large by means of semi-formal and informal messages. The present paper is an analysis on the online interactions developed between the public administration institutions' social media accounts and citizens at large, to understand how close and how interested these institutions are to connect with citizens. A pilot monitoring has been performed on a six-month timeframe to detect the most appreciated topic, interactions, posts, and shares to understand audience and engagement on Facebook pages of the Romanian Ministry of National Defense and the Ministry of Internal Affairs. The decision has been determined by the high number of central public administration Facebook accounts Romania has and the selection has been determined by the importance the two ministries bear in society- national defense and public safety as well as by the state-of-art for social media use in central public administration.

Keywords: citizens, communication, community, interactivity, participation

1. Introduction

Technological development, migration, demographics, society and civic participation are the main challenges Europe is currently facing. All these impose volatility, uncertainty, complexity and ambiguity over the administrative processes, while social changes and technological innovations have impact on the relationship between public administration and society, featuring even a greater frailty. That is why a wider participation and cooperation from the public are needed in a more transparent way. Citizens need to be taken seriously and involved in tasks, to get real-time information and data retrieval, and for this an open Public Administration is required. Due to all these, digital revolution, transparent involvement and democratic, citizens' need-oriented services are serious priorities.The digitization of public administration is considered to be the solution for an improved individuals' access to the online administrative service environment, while e-governance enhances services between public administration and civilian society in the form of websites and electronic applications. However, website information tools are unidirectional in all types of relationships: government-citizen (for which communication is instant messaging, mail and media) government-employees(where communication implies online instruments that maintain communication with governments and companies- storage, send, project work, database, e-training for employees) and government-government (which implies e-commerce and e-business and publishes data on the internet- holidays, issue, briefs, notifications, a two-way communication).In order to be effective, e-governance needs to be consumed in a bi and multi-directional manner, both from the administration to the citizens and among citizens themselves, to create communities of practice that collaborate for a better management of policies.

Recent research on the public administration dialogic principles has revealed that local governments across the EU apply Facebook dialogic strategies. The impact of these

strategies on communities highlights that the governments lag in awareness of the benefits social media provides through building connections with citizens. As a result, an analysis on the online relationships public administration developed in social media will therefore reveal the types of interactions established between the public administration institutions' social media accounts and citizens at large, in order to understand how close and how interested these institutions are to connect with citizens, to establish a two-way communication, to render transparency and democracy as well as public engagement fostered with a view to building interaction and citizens' inclusion in governmental decisions.. For this, a pilot monitoring has been performed on a six-month timeframe for two of the most relevant public administration institutions, Romanian Ministry of National Defense and the Ministry of Internal Affairs, to gather data on how these institutions develop relationships with citizens in social media. The decision has been determined by the high percentage of central public administration Facebook accounts- 27 out of 30 as studies have shown and by the importance of the two ministries in society- national defense and public safety. The data gathered has been confronted with data retrieved from MonkeyLearn for Keyword Extractor to detect the most frequent topics and Sentiment Analysis for opinion mining, while data from Socialbakers provided an understanding on audience and analyzed engagement.

2. State of art - public administration and citizens' social media relationships

Recent studies revealed that cities with smaller populations undertake more active policies of government-population interaction while the most populous cities, with the exception of Barcelona and Munich, are not at the top of the online dialogic participation. These findings suggest that measures should be implemented to foster governments' presence on Facebook-at least- and to highlight its importance for local government as an instrument for promoting participation (Haro-de-Rosario, Saez-Martin, Del Mar-Galvez-Rodriguez, 2017). This is favored by the fact that the registered citizens turn to social media more often than to the official websites for public administration, even though the dialogic activity is low, while governments find it easier to use mainstream media (Mishaal &Abu-Shanab, 2015) avoiding social media networks. Thus, a better communication with citizens through instruments they favor most would expedite the process of policy management application. A stronger and informal bonding between government and citizens can provide information on trust and credibility a society has at a certain moment in time, on a certain topic. Moreover, transparency, participation, collaboration, and empowerment - the best indicators of e-democracy- are enhanced with social media. (Al-Dalou' & Abu-Shanab,2013). Zooming in, to focus on spatial proximity, a number of papers have regulated the use of social media for public administration in Romania: Alexandru (2014) highlights on changing communication from uni- to multi-directional, to share information and experiences, to raise trust and lower skepticism, to adapt the message to an informal citizens' interest. Burcea & Hârțescu (2014) introduce the idea of collaborative platforms and present the malfunctions in public administration social media use in Romania, in the sense that social media only replicates the information already posted on websites instead of creating conversation and feedback pools and communities of practice. Pitic (2015), on the other hand, aims at creating a social media based e-governance model for Romania by means of which social media becomes a promoting instrument or feedback gathering for e-governance tools. Similarly, Sandu & Iacob (2015) aim at raising transparency and open the informative processes among citizens to and from public administration institutions. Others have performed research –see Urs (2015) to reach the conclusion that the very small percentage of social media use represents a traditional informative use, lacking interactivity or community involvement, highlighting the fact that the use of social media for public administration in Romania is still low. On the

other hand, Tîrziu, Gheorghe-Moisii & Iordache (2017) emphasize a high presence of governmental institutions in Romania on FB (27 out of 3o), while Twitter participation is low (7/30) and even lower in terms of Youtube (5/30) This is a sign that public administration is moving in the direction of building a social presence, a next step would be to build solid relationships with citizens and this can be done by applying strategic communication measures.

3. Social media, strategic communication, public administration and citizens

The context that determined this study is outlined by numerous changes in society with implications for democracy, by the abundance of information with low cost accessibility and a more networked, non-linear flow. The structure of society has changed as well (van Dijk, 2006), from a vertical way, where governments exercised power over citizens, to a horizontal way where the power is organized network-centric, while individualization (Castells, 1996) makes it more difficult for citizens to be reached in a uniform manner, especially since the foundation of trust between government and citizens has changed as well. Before, trust came from morality, now it comes based on government's performance (Uslaner, 2002). All these trigger barriers in the application of policy management due to a feeble communication and lack of citizens' feedback, while a better and consistent instant and all-time communication process will contribute to developing a relationship that enhances participation, awareness, identity and collaboration between the governmental institutions and their beneficiaries, society. The governmental institutions can thus be more citizen-centric and communicate better with the individuals who are computer and media literate and turn to more media simultaneously- websites, email, chat and social media (Pieterson & Ebbers, 2008) - to triangulate a piece of information taken from a public administration platform (Roberts, 2000) Yet, little do we know on how data flows through networks of individual actors and even less do we know on how individuals and organizations interact, including the role various communication channels play in these interactions (Young& Pieterson, 2015) All these are arguments that sustain the present study.

3.1 Case Study- interactions between citizens and public administration institutions

Profiles on social media create awareness of both the public administration and the citizens to better engage in profitable dialogues, with the digital natives already tech savvy and engaged in two-way communication 24/7/. What lacks for all to be effective is careful planning and relationship management. To identify public's attitude, knowledge, behavior and relationships and use this intelligence based on openness, networking and dual concern initiate, nurture and sustain mutually beneficial relationships between groups (Bruning& Ledingham, 2000) one needs to analyze the interpersonal relationships developed online, by interpreting textual or verbal cues, depending on interaction and feedback between the sender, receiver and channel. The more positive the impression, the faster the relationship develops. To perform the present case study we used Monkey Learn and Social Bakers as open source apps for data mining on interesting insights. From Monkey Learn, Sentiment Analysis and Keyword Extractor have been relevant for the present study while from the Socialbakers we used functions that relate to interactions, types of posts used, relevance to 1000 fans, number of page posts and promotions strategy.

3.2 Results and discussion:

The FB accounts of the pages developed by the two ministries have been the target of our analysis, the Ministry of Defense and the Ministry of Internal Affairs. Along with descriptions of elements of content and strategy noticed, the graphic representations will clarify the results for the reader.

3.2.1 The Ministry of Defense

Taken separately, the FB posted content is represented by photos and video materials, never text only. The posts always have specialized content, with themed posts for the following categories- combat, logistics, missions, training, military career. Recently, content with military students and military relatives has been added, pointing at the humane and social features of the defense. The content displayed is future oriented and highlights the importance female soldiers have in the troops as well as the readiness of the defense troops to safeguard the nation.

From January to May the number of daily posts has grown, maintaining an average of four to five posts per day.The number of reactions and likes is significantly higher than the number of comments, the latter one representing 10% or even less of the followers' reaction for each post. The most frequent reaction on FB is appreciation with *Like*, other emoticons being used extremely seldom. Among other types of reaction, *Love* is most popular yet its use is lower than the *Like*. (i.e. 1300 *likes* and 130 *love* for a post with a welcoming message and a combat-ready soldier) Looking at FB demographics and people's behavior, young people are passive users relying more on *likes*, on appreciations while mature adults are more active, interacting with comments. An average of comments situates itself at 50, being the lowest, in comparison to 100 or even 300 comments. The number of shares is yet to be noticed (i.e. 49 comments and 501 shares for a post related to EU Day, May 9th, or 365 comments and 631 shares for a post on Father's day, May 13th) The best photo has 1.4k likes while the best video has 40k reach. In terms of content, positive narratives are used, generating stories on respect, trust, support, confidence, safe future, protected future generations, democratic approach, human concerns. The negative comments are mainly directed towards government in general-policies, wages or pension plans; positive comments are all connected to the defense system and relate to praise and admiration. People interested in the page are either in the system or are related to topics displayed- to military personnel, career or defense in general.

The social media strategy the Ministry of Defense applies shows concern for the organization and for its image and status in front of the citizens instead of demonstrating concern in people's questions, fears and needs. The lack of intervention in users' comments and the lack of moderation in the dialogic loops developed around postings present a cold and distant organization, a self-centered public administration not willing to build a relationship with society, careful with its online branding only. Lack of intervention in postings highlights disregard of transparency and democratic dialogue necessary for effective e-governance. The high number of shares, appreciations and followers demonstrate people's interest in the national defense institution. Dialogue communities built around controversy generating posts demonstrate citizens desire to participate and co-create but the lack of intervention from the national defense system indicates a unidirectional relationship- citizen to government and not a mutual collaboration the public administration reform indicates. The intense online activity generated by some of the posts shows that some topics are true concerns for society and is an extremely significant indicator for the government. An analyst should gather all this intelligence and use it to the benefit of mutual relationships.

3.2.2 The Ministry of Internal Affairs

Dialogues are formed among users by generating comments while communities are developed around a certain topic, often generating collateral arguments. The content is connected to the Ministry of Internal Affairs staff, all posts benefitting from a description of the story behind. What differs from the Ministry of Defense is the humoristic and emotional note all for the posted content. The high number of appreciations per post (6/7k to 11-12k) with an extremely short time between the moment of post and the moment of appreciations indicate a close connection and high interest from the citizens towards the public defense

system. The high number of shares is another manner of appreciation, with figures from 200 to 9.7k.

Unlike the Ministry of Defense, The Ministry of Internal Affairs moderates the dialogic loop developed around posts in the sense that it often intervenes and answers to topics developed by users. The Ministry of Internal Affairs becomes thus part of the communities developed around the posted topics and shows availability in getting involved, to connect and collaborate, it shows interest, transparency and desire to relate. The interventions are polite and often humoristic. The inspiration is taken from issues society confronts with when the posting is done. This indicates awareness of the problems citizens meet, close connection to the individuals and a desire to develop positive relationships. Posts vary from celebrations to informal postings and narratives about missions. Attention is drawn to changes or regulations that are to be implemented in a soft, diplomatic, euphemistic and emotional manner. Children, GIFs or memes are part of the instruments. The Ministry of Internal Affairs often posts memes created especially for the messages it aims to convey, demonstrating care and awareness of the citizens, for the users and followers in the way the message is conveyed and in the impact it generates. This kind of post is high on interactivity and strongly differentiates the public defense strategic communication from the national defense one. The people interacting come from different social categories and different ages, from different backgrounds and do not only belong to the system. This shows the good reach this page has for society at large. Another important aspect in relation to the content is that the Ministry of Internal Affairs posts content for other governmental institutions as well, wishing well or making public announcements, or even sharing other institutions posts, to develop inter-institutional online relationships, to show willingness and openness to cooperate and support.

3.2.*3 Open source software comparative analysis of the online behavior for the Minstry of Internal Affairs and The Ministry of Defense*

Considering a sentiment analysis of the two ministries, MAN is 77,9 % positive in the presentation content while MAI is 70% neutral. In terms of keywords used, MAI is represented by words like"activity, supports, ensures, we shall not allow, protect the rights…" while MApN is represented by words like Romanian Armed Forces, addresses publicly, are not allowed, accepts requests, allows comments" Distance versus involvement are concluded in word selection for the two ministries as well. Having selected one of the most representative post in terms of appreciations, the MAI post with 48K appreciations, 3,4k comments and 5,1k shares has a story that is 72.1%positive while the comments are 51.3% neutral. The MApN post has 6.4K appreciations, 1,4k comments, 537 shares, while the story is 77,2% neutral and comments are 72.4% neutral as well. The comparative figures reveal the same difference between the two ministries in terms of closeness to the society and in relationship to the attitude displayed towards the citizens.

What this study brings new to the research of the public administration institutions online communication is the approach that uses discrete software analysis along with quantitative and qualitative approach towards social media content, which highlight the dynamics of community in terms of interaction and comments, demonstrating interest of the society in public institution' s activity as well as the approach the institution itself has towards citizens in taking time to interact in social media and to answer people's problems. These are social bonding indicators to put in practice the e-governance principles. In what follows are the graphic representations of the already mentioned differences to highlight behavior of the two ministries in social media when confronted to society's problems and interests.

Figure 2- the difference in interactions between the two ministries

The data shows an extremely visible difference between the average interactions per posts the Ministry of Internal Affairs has compared to the Ministry of Defense, i.e. 42.2k compared to 1.5k. This is so in a context when the number of post is reversed- the Ministry of Internal Affairs has an average of 3.25 posts per week and the Ministry of Defense posts about 34,25 times per week. Even though the number of posts is much higher in the Ministry of National Defense than in the Ministry of Internal Affairs, the interaction is extremely higher in the ministry that posts less due to the intervention they have in the communities generated around posts. This is reinforced by figure nb 3. One notices the number of posts per page with the two analyzed ministries and once again the efficiency is shown for the Ministry of Internal Affairs.

Figure 3- number of posts per page in a comparative approach

The number of posts per page is not always an indicator of creating a strong bonding, since it is the administrator's intervention that generates interaction, showing care and interest. A lack of intervention as seen in the Ministry of Defense triggers lack of interaction and zero bonding.

Interactions are visibly higher for the Ministry of Internal Affairs among users reported to the number of fans too, due to the moderator's intervention, the authority voice who shows people's voices are listened to. Information seen below:

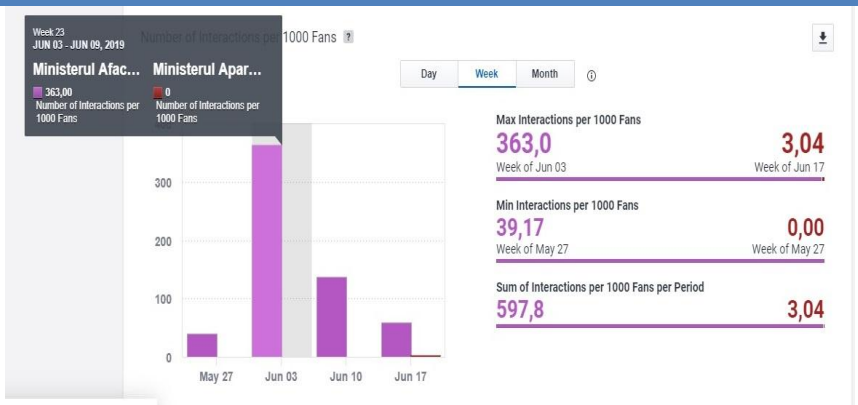


Figure 4- interactions related to the number of fans in a comparative approach

If we separate reactions from comments and shares, the distributions of interactions between the two ministries, the Ministry of Internal Affairs has 10.6k comments compared to the Ministry of Defense with 6.3k showing a lower interest of the society, a looser connection with the public.

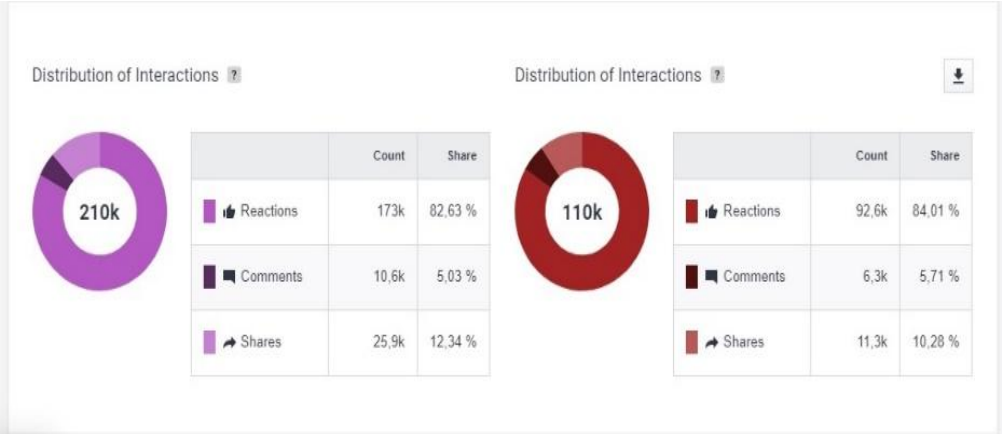


Figure 5- comparative distribution of interactions

Even the promoted controlled posts show the difference between the Ministry of Internal Affairs and the Ministry of Defense in effectiveness which is 1,567 k to 0.337k, nearly five times higher being in the Ministry of Internal Affairs due to more than ten times higher interactions.

Figure 6- comparative promotion strategy and results

Comparing all the results above and confronting with the graph below, the analysis confirms that the Ministry of Internal Affairs is more effective in selecting the most expressive and engaging posts for the interaction and bonding with community. This is evidently shown in figure 7 below.

The percentage of interactions from promoted posts per promotion effectiveness is visibly higher for the Ministry of Internal Affairs. Thus, the latter mentioned has the best return of investment (ROI) for business, while MApN analysis displays high cost and low business results.

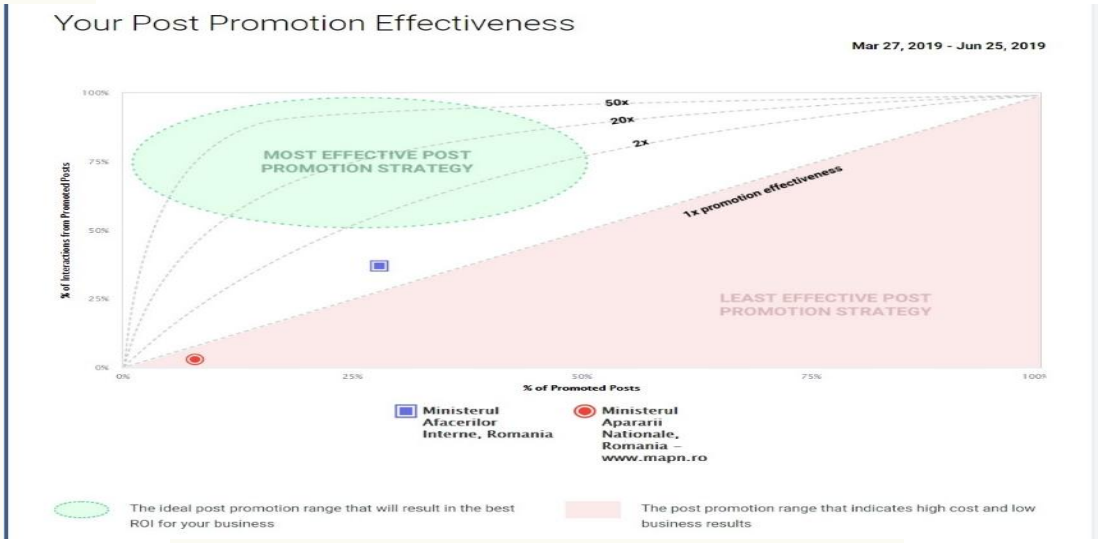

Your Post Promotion Effectiveness
Mar 27, 2019 - Jun 25, 2019
MOST EFFECTIVE POST PROMOTION STRATEGY
50x
20x
2x
1x promotion effectiveness
LEAST EFFECTIVE POST PROMOTION STRATEGY
% of Interactions from Promoted Posts
% of Promoted Posts
Ministerul Afacerilor Interne, Romania
Ministerul Apararii Nationale, Romania – www.mapn.ro
The ideal post promotion range that will result in the best ROI for your business
The post promotion range that indicates high cost and low business results

Figure 7- effectiveness in posting, comparative approach

4. Conclusions

The two governmental institutions analyzed revealed that the relationships are better developed in cases with frequent interactions that substitute the nonverbal cues. The level of social information is in an impersonal phase, it is task oriented, with no emotional and interpersonal interaction for the Ministry of Defense, with communicators that don't look for more information about the others. Moreover, the users do not perform a selective self-presentation, all communication being neutral and impromptu. The situation is different with the Ministry of Internal Affairs which has an emotional and interpersonal interaction, developing a higher rate of connection with citizens. In comparison to state of art data, a progress has been made compared to 2014-2015 situation, in the sense that institutions are trying to raise trust and to lower skepticism and thus collaborative platforms have been set to no longer replicate the information on the websites. Instead, they create conversations and give feedback about communities. The social media existent for central public administration have become feedback gathering tools for e-government, and studies can now concentrate on involvement, interactivity and community. However, the percentage of use is low at national representation. The importance of the results obtained in the present case study resides in a more accurate picture of the relationship between the central public administration and citizens, constituting thus relevant metrics of the interest the institutions show to the public. Indicators of behavior, interactions and content relevance are useful tools used in strategic communication planning. Besides acknowledging the extended presence of administration in the online environment, the present study can give an input on which topics are of interest for the citizens, how much trust they have in the public institutions and how close governance is to the society with a view to a better policy management. The graphics have shown that an intense activity on social media does not necessarily entail popularity and bonding. It is the high rate of interaction that generates strong relationships, humor and neutrality. The recommendations are that public administration institutions should consider the following:

- People use social media for information, interpersonal communication and participation in society so the posting strategy institutions apply should answer all these needs

- Computer-mediated relationships develop slower than face to face ones but once established, these relationships have the same value and standards (Walther, 1992). To compensate for the slow pace, interaction and feedback are needed so postings, verbal cues and moderator's intervention will speed up the development of communities and bonding will consolidate between citizens and public administration.
- The inflation of posts does not ensure a strong connection so a better posting strategy should be applied in determining which posts and which texts can accompany the postings, and which times a moderator's intervention is needed to either raise interactivity, boost comments or create controversies that fuel more dialogic loops.

BIBLIOGRAPHY

1. Al-Dalou', R. & Abu-Shanab, E. (2013*). E-Participation Levels and Technologies*. The 6th International Conference on Information Technology (ICIT 2013), 8-10 May, 2013, Amman, Jordan, pp.1-8
2. Alexandru A. (2014) – *Digital Diplomacy, ghid de supraviețuire, rețelele sociale si administrația publică,* retrieved from http://digitaldiplomacy.ro
3. Burcea C. & Hârțescu I. (2014) – *Manual de utilizare a social media în administrația publică,* http://www.anfp.gov.ro/R/Doc/2014
4. Brunning S.D.& Ledingham J.A.(2000),*Perceptions of relationships and evaluations of satisfaction: An exploration of interaction*, in Public Relations Review, 26 (1), pg.85-95
5. Castells M. (1996), *Rise of the network society: The information age: Economy, Society and Culture,* Oxford, England, Blackwell
6. Dareen A.Mishaal1 & Emad Abu-Shanab, (2015), *The Effect of Using Social Media in Governments*: *Framework of Communication Success*, The 7 International Conference on Information Technology (ICIT 2015) , March 2015, Singapore, pg 357-364
7. Granovetter M. (1983), The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited, *Sociological Theory*, Vol. 1 (1983), pp. 201-233
8. Haro-de-Rosario A., Saez-Martin A., Del Mar-Galvez-Rodriguez M., (2017) *Facebook as a dialogic strategic tool for European local governments,* Transylvanian Review of Administrative Sciences, No. 50 E/2017, pp. 73-89
9. Krackhardt D. (1992), The strength of strong ties- the importance of philos in organizations, Harvard Business School Press, pg 216-239
10. Lee, G., & Kwak, Y. H. (2012). *An Open Government Maturity Model for social media-based public engagement*. Government Information Quarterly, vol. 29(4), pp.492-503)
11. Pieterson W. (2009), *Channel choice: citizens' channel behavior and public service channel strategy*, University of Twente, Enschede
12. Pitic A.G.(2015), *Modelarea impactului social media în e- guvernare*, retrieved http://doctorate.ulbsibiu.ro
13. Roberts D.F. (2000), *Media and Youth: Access, Exposure, Privatisation*, Journal of Adolescent Health 27, pg 8-14.
14. Sandu A.& Iacob P.(2015) – *Transparență și calitate în administrația publică prin social_media*,http://www.agenda21.org.ro/download/
15. Tîrziu E., Gheorghe-Moisii M. & Iordache D.D. (2017) – *Studiu de caz privind evaluarea impactului retelelor sociale online in e-guvernare,* RoCHI, pg 87-90
16. Urs N. (2015) – *Folosirea social media în administrația publică din România. studiu pilot,* Revista Transilvană de Ştiinţe Administrative 1 (36)/2015, pp. 124-132

17. Uslaner E.M. (2002), *The moral foundations of trust.* Cambridge: Cambridge University Press

18. Van Dijk J. (2006), *The network society,* London, Sage

19. Walther, J.B. (1992), *Interpersonal effects in computer mediated interaction. A relational perspective.* In Communication Research, 19(1), pg.52-90.

20. Walther, J. & R. Parks, M. (2002). *Cues Filtered Out, Cues Filtered In*: Computer-Mediated Communication and Relationships, vol January 2002, .pg 529-563

21. Young L.& Pieterson W. (2015), *Strategic communication in a networked world*, in The Routledge Handbook of Strategic Communication, Holtzhausen D & Zerfass A. (eds), Routledge, New York, pg. 93-112

THE THEATER - AS METHOD OF TEACHING IN THE DIDACTIC APPROACH AND RESOURCE OF CREATIVITY DEVELOPMENT

Karla Melinda Barth and Nicoleta Ramona Ciobanu
Assoc. Prof., PhD, University of Oradea, Lecturer, PhD, University of Oradea

Abstract: This paper relates, from a theoretical point of view, about the importance of dramatization and the role of this type of activity in the teaching-learning process, but also about the valences of creativity and imagination for didactic purposes. Our intention was to capture some characteristics, especially the significant ones for educating creativity in schoolchildren by using the role play with puppets, sketches and cultural educational project as well as various methods and techniques to stimulate creativity in reading hours with the purpose to be known by teachers and cultivated in school practice. With the help of the puppet theater, the transition from the passive to the creative receptivity of the arts takes place quickly, between the aesthetic and the ethical values having close links. At the same time, the interpreting activity develops the children's linguistic, observation, memory capacity, arouses their fantasy and creative spirit. Any way of representing the dramatic genre is therefore based on action and communication. Educating students' creativity and creative thinking is a necessity of the present time and involves the formation and cultivation of features that will lead to creative manifestations such as: initiative, originality, curiosity and perseverance. The role of the school in the formation of creative behavior is very important, because it remains "the main instrument that society uses to cultivate creativity in its young members, of school age" (Turcu, 1999, p. 47), the collaboration we encounter in the theater of dolls between different artistic genres - literature, theater, plastic arts and music - being particularly advantageous to the educational process - multidisciplinary education.

Keywords: theater, didactic resource, creativity, development, preschool

Modern means of computing and communications (computers, tablets, etc.) have their role, but it is good that we, the teachers, try to make the journey of human development in the opposite direction and to teach the children to become what they want, by approaching techniques that include the game. A very effective teaching medium from this point of view is that of using theatrical and play techniques in the educational activities. It is an easy way to improve the educational act, to supplement the word with the image, the object, the movement and to transform a sober activity into a game form. In realizing this theoretical approach, we started from the premise that the puppet theater offers favorable conditions for the aesthetic education and for the development of the creativity of the preschool children, but surely also those of the primary, secondary or high school education.

Our intention was to capture some characteristics, especially those significant for educating creativity in schoolchildren by using the role play with puppets, sketches and cultural educational project as well as various methods and techniques to stimulate creativity in reading hours.

In contact with the puppet-theater, the child overcomes his shyness by becoming more self-confident. The puppet-theater triggers natural, sincere reactions; the dialogue takes place freely, in an atmosphere of mutual trust. The shy child, the uncertain one still in the verbal communication or the psychically inhibited one, overcomes his fear in the dialogue with the doll and can enjoy his own success. The joy of giving the dolls a correct answer to a certain question will help him gain more self-confidence, be less shy when talking to adults and other children. In order for the story to be as vivid, enjoyable and beloved by all the students, the

teacher must prepare his material with mastery, to know very well what aspects he wants to emphasize, to insist on the significant details so that the children retain them as much as possible as easy as possible.

The story is now successfully realized, and the multiple advantages will be immediately visible: "it develops imagination and creativity, brings students closer to the sensitive universe of the work, making them live its reality, to imagine the events that make up the substance of the fictional; in addition to listening to facts played by characters, the little ones usually tend to identify with them, to analyze them or even to judge their options" (Ilie, 2014, p. 76).

Viewed through this prism of becoming, creativity presupposes certain psycho-physiological premises that subsumed and engaged in the process of development, which will lead to its outline and expression as the dimension of the individual concerned. could contribute to the success of the creative act, make up the potential creativity of the person, as opposed to the creative faculty, which implies the real, updated possibility of creating "(Stoica, 1983, p.7).

An etymological perspective of the term creativity leads to the Latin word creation - to do. G.W. Allport is the one who has opted to use the term creativity since 1937. "Creativity ... is a process that leads to a certain product, characterized by originality or novelty and by value or utility for society" (Roșca , 1972, p.75). Creativity is the result of the optimal organization of different personality factors; it is the effect of working various psychic processes under favorable conditions. Creativity can be defined as a complex of psychic traits and attitudes that generate new and valuable products for society. Paul Popescu Neveanu describes creativity as a "complex structure, which unifies motivation, orientation, constructive imagination and intelligence" (1996, p. 52).

E. Landau says about creativity that "it is characterized by novelty, originality, social utility and wide applicability, relevance, value, harmony, spontaneity, condensation" (Landau, 1979, p. 15). In psychology, the concept of creativity has the following three meanings (Popescu-Neveanu, P., Psychology, 1996, p. 178):

- ✓ creative behavior and psychic activity;
- ✓ personality structure or creative style;
- ✓ group creativity, in which interactions and communication mediate the generation of new ideas, so they lead to creative effects.

In a broad sense, creativity refers to the ability of individuals to produce ideas, solutions, problems that have no particular social value, but are new to the individual or group that produced them. The attribute of creative signifies the originality note in the activity and in its products.

J. P. Guilford (1972, p. 56), adopting as a criterion for defining creativity the dominant process of the intellectual structure that participates in the act of creation, bases its definition on the functions of the intellect, which delimits them into three categories, namely:

- ➢ in relation to the cognitive capacity of memory and thinking;
- ➢ in relation to the material in which the information is wrapped;
- ➢ in relation to information products.

Being a general-human property, creativity comes in various forms and is located at different hierarchical levels. Al. Roşca (1972, p. 8) shows that the difference between the general creativity and the specific creativity modalities from practice, technique, organization, science, art, sports, etc. must be differentiated. According to C. W. Taylor (1988, p. 120) the following levels of creativity are distinguished:

- ❖ ***Expressive-child***- specific creativity and focused on the behavior itself and not on the ability or quality of the product obtained. It is exemplified by the spontaneous drawings of the children; it is possible to all people and at the same time necessary to the

higher levels. It implies spontaneity, independence, freedom, originality and as adults we must not curb these expressions through critical observations or conformity to reality.

- ***Processional creativity***. This level concerns the physic character of creativity, the fact that it does not occur instantaneously, but requires different stages. There are four stages of the creative process: preparation, incubation, lighting, verification.
- ***Productive creativity*** aims at acquiring skills for certain fields and is based on the original notes encountered in the development of the psychic processes, in the way of thinking and feeling of the person who obtains products different from the others.
- ***Innovative creativity*** expresses the finding of new solutions, original, having practical and theoretical dimensions, leads to modifications of the principles underlying a field, to new ways of expressing specific talents. It is considered a higher level and we encounter it less rarely, it assumes the result of the special knowledge of reality, of the maximum intellectual development and of the development of aptitudes.
- ***Inventive creativity*** involves the ability to make connections between already known elements. The basic characteristics are inventiveness and discovery; they involve intellectual flexibility and the perception of new and unusual relationships between the elements of reality that were previously perceived as separate.
- Emerging creativity is specific to the geniuses that revolutionize an entire field and implies the discovery and implementation of a new principle, opening up new approaches. It involves the highest level of creativity.

Modern techniques allow the efficiency of the teaching process, which is why interactive, multimedia systems are used as levers in assimilating new knowledge. Last but not least, children need to be protagonists-collaborators in the teaching-learning process and not just mere information recipients. In this way, the connection between intelligence and creativity is blurred, as active factors in the development of the learning capacity. The family has the task of stimulating from the earliest ages, the initiative and the independence of action of the creative potential. The most important tool for animating the creative potential is the game, with all its types. The doll represents the child's play object - it would sound like a definition of this playful "object". Going beyond any physical significance, the child's specially animated "object" (and sometimes keeper of the great secrets of childhood) plays without hesitation the role received from his "master" (symbolically metamorphosing into a companion and good friend), interpreting different hypostases of innocence, educating and maturing in the most pleasant way, the child. Therefore, emotionally, the child's (favorite) toy represents his best friend, and psychically and spiritually plays a special role, helping him to develop his personality through play, but also to get to know him better. The relationship between the two thus becomes a small theater, one transposing into another and at the same time conferring facets of his personality, to his good friend and listener. The fantasy of a child gives rise to different situations, and the reactions to the new one put him in a position to make decisions, to react in a certain way. There are situations where, due to the fear of everything that is new, his personality is repressed in that doll, causing her to participate in more complicated situations. By trying the doll's reaction, the child takes courage, gains a new experience, being more or less aware that he is trying himself. The images, the visual representations help us to better imagine certain sketches, teachings, morals.

The puppet-theater fascinates the child by its expressiveness. The child, by its very nature, attaches soul to play objects, and when a doll moves and speaks differently than he is used to, he is captivated by that miracle, desiring a close proximity to these animated protagonists. It's interesting the idea of doubling the child, that is when he becomes aware that his play partner is an inanimate object and recognizes it, but at the same time continues to play, as if he did not know this. The diversity of materials used today has made the general appearance of the doll evolve. Emphasis is placed on sponges, expanded polystyrene, and

textile material, the purpose being a larger and lighter doll. Also used: wood, cardboard, bamboo, paper, glass, leather, knitted materials, plastic, silicone, latex, cellophane, balls, balloons, bows, household items, etc. There are simple methods for making dolls that require neither special materials nor special guidance. However, the result depends to a large extent on the talent of the filmmaker. The most used techniques for both the dolls and their specific decoration are: painting, carving, papier-mâché (Allain, P.; Harvie, J. 2012 p. 65). The ways to co-opt the play of the puppet theater in the children's education activity are varied. The puppet theater is meant to produce joy, to enrich the artistic life of children, to entertain them, to give their education a more serene note. It is not necessary that the whole play is always played in the classroom. Children also enjoy when a lovable doll appears alone and helps them, for example, in their efforts to solve a certain activity. With the help of the puppet-theater we can emphasize the pedagogical significance of some situations in the daily life of children. The live play of the doll allows us to act indirectly on the behavior of children, without the need to use the words "you must do this" or "do not do so". There are situations in which children become friends with the doll of the "class", so that in order to gain its appreciation, they are ready to do things that they do not do otherwise with pleasure. It is not advisable to use the doll too often, so that it becomes something ordinary for children. It must remain for the child the most cherished and at the same time the most effective educational means.

The puppet theater and creativity

However, the role of the puppet theater in the instructional-educational process in the school is very small, although there are multiple ways to use the puppets: either when exposing and fixing the contents taught, or at the scenic presentation of the texts provided as reading. Playing with a single doll can relax the lesson; it can reactivate the attention, especially towards the end of the hour. At the time of communication, the pupils in the preparatory class and the first class are helped in the formulation of sentences, by the visiting doll, in the chair. To the joy of the children she becomes very lively, she is always active, she smells the flowers, and she removes sheets. Many sentences can be formulated in this way by the students and even if the little guest produces laughter or becomes unchallenged, neither the pleasure of the children to learn nor the lesson to be taught will suffer for this reason. Sometimes animals can appear which, although they do not speak, can still contribute to the lesson, for example in solving a math problem. As flat figures may appear, personified the comma, the point, the exclamation mark and the question and discuss between them to appear on the board at the end of a sentence.

Many puppet scenarios are suitable for illustrating and completing through their content certain topics covered in different disciplines. Contact with literature can be easier when poems or stories are dramatized with dolls. Students can easily imagine, for example, a past time or another environment, when they are illustrated with figures in the puppet theater. The dolls can be used to arouse interest in different plastic activities, to make them acquainted with a technique or a new material. Also the interest of children for a certain song can be aroused by a short sketch presented by a doll. (Borde-Klein, I., 1980, p. 150)

The puppet theater played by children is part of their creative activity. Depending on their age, they develop their ability to express a certain idea or short action by playing with the dolls in their hands, until the first attempts to dramatize a fairy tale. Thus, their play with dolls develops from the primitive and direct expression (to preschoolers) to a consciously performed "theatrical play" (small schoolchildren). For their games, preschoolers do not need a puppet theater itself. They can replace everything with objects whose functionality is often modified according to the given situation, they play alone, and they do not need spectators. Their age also increases their demands; as much as possible, they seek their play to be as close as possible to that of the real theater. If in the beginning the game is simple, as they

have more experience their fantasy becomes richer, the content of the games is logical, the construction of the phrase is correct, they are not afraid to speak. Apart from their own subjects, who, of course, are often original and very primitive, children sometimes attack fairy tales. A little fairy tale can be dramatized by the younger children, but this is not yet an original, creative fact, but a reproduction of a heard fact. They use ready-made sentences, which they remember and do not deviate too much from the learned text.

The small schoolchildren dramatize their known fairy tales, elaborate, transform and process the action according to their own plan. In order to present an action he has heard once, they must overcome great difficulties. You must strictly adhere to the content and carry it to the end as given, as well as translate everything into direct speech. This task is indeed very difficult, the child having to give much trouble, to think, to contribute all the fantasy and experience. With the age and experience gained, it becomes visible the progress made in the technique of the theatrical performance, increases the capacity of childlike expression and their fantasy.

The benefits of Puppet-theater in class

From the current requirements of the Romanian society, the need arises to enrich as much as possible the experience of children with different materials, with different people, to encourage them through visual, auditory, olfactory, tactile stimuli, to create, to exercise their motor skills, to speak, to listen, to wait. The puppet theater shows enrich the children's life, fill the atmosphere of the joy and joy class, give a lively color to their affectivity, and outline their little personality. So we mention some of the most obvious and important benefits of puppet theater in children's lives.

✓ ***Developing creativity and aesthetic taste***

Puppet- Theater as a special form of interpretive art offers a favorable premise for children's artistic education. The collaboration between several artistic genres, literature, theater, plastic arts and music that we encounter in the puppet theater, is very advantageous for educating the aesthetic taste of children. Dressed in the hands of children, dolls become true means of developing their creativity. Small schoolchildren make an effort to get closer to reality, and they do well. Difficulties arise, forcing them to seek solutions to overcome them, using imagination and thought. During the show, they try to solve different unexpected situations, they learn to react promptly, and they are forced to think logically, to be creative. The play with the dolls develops their sense of rhythm, imposes discipline on their outfits and movement. Small students have a strong inclination for movement; as spectators they particularly enjoy the moving scenes; for them the dance expresses the joy of life, and they feel for the contrast between the anarchic and the disciplined movement according to the rhythm of the music. Attending and practicing puppet-theater develops children's visual imagination. They are excited to draw what they saw on stage.

Bebu (2010) states that: a good representation influences their behavior and their behavior is reflected in their creative games. The execution of the dolls and the decoration of the scene also contribute to the formation of the aesthetic taste, the participation in the technical preparations stimulates the children the pleasure of activating manually. From the doll's costume, from the hairstyle, from the hats conclusions can be drawn regarding fashion, tasteful clothing, color combination, etc.

✓ ***Development of language, thinking and social skills***

Every puppet theater game is based on action and language. In contact with the doll, the child forgets his shyness, he becomes more confident. The doll triggers natural, sincere reactions; the dialogue takes place freely, in an atmosphere of mutual trust. The shy child, the uncertain one still using the language or the psychically inhibited one, overcomes his fear in the dialogue with the doll and will enjoy his own success. The joy of giving the dolls a

correct answer to the question will help him gain more self-confidence, be less shy when talking to adults and other children.

Theater with a single doll is the most appropriate way to get children to use polite language, to get used to formulating clear answers, to correctly describe an object, to externalize in the dialogue with the doll the emotional states. The specific form of the dialogue with the doll gives the child's words a certain weight, fills them with "substance", acquires meaning, individuality, and the new words and locations are better fixed in memory, merged into the game. Of utmost importance for the development of children's language is the manner of expression of the teacher during the play with the doll. Children pay close attention to the language used by adults, imitate the tone and accent of the words, they take from teachers to the form of sentence construction. Therefore, the puppeteer must be aware of his role, that of a model, for example.

The puppet theater is in all its forms and a suitable means for enriching the general culture. The staged plays only enrich the general knowledge of the children. They enter new universes, accept and approach each other, learn to socialize, interact and cooperate with other children, which contributes to the formation of their behavior in the collective. It is truly an extraordinary success, a wonderful experience when the child manages to impose himself in the group of his collaborators, but especially when he was able to arouse an emotion in the spectator. When the collective experience is mutually beneficial, when the success of the activity produces an echo in the public, and the prompt reaction of the spectators stimulates the actors to give everything they are capable of, the effect can be of maximum educational importance. With his sense of justice, the child knows that he could not have achieved this result alone. He knows that for this the joint efforts of all the collaborators were necessary.

Conclusion

The theater teaches children how to control their emotions and impulses, how to channel them in a positive way and how to build appropriate reactions to different situations, in a word teaches them self-control. By exercising the ability to overcome his or her performance on stage, the child learns that he is the "master" of his emotions, that he can control them and lead to appropriate means of expression. In this way, children learn as a child with public speaking and with the audience, which helps them a lot at school, but also at maturity, which will positively influence the relationships with others. The scenes played by the dolls contribute to the education of feelings of friendship, cooperation, perseverance, tolerance, sincerity, joy of life. Looking now at the puppet theater presented by the children themselves, by their need for their own activity, I noticed how seriously children understand playing and how rich their content is.

The most complete knowledge of the child, of his general capacity for development, of the difficulties he faces in acquiring knowledge and training skills, as well as the organization of differentiated activities, based on the age specific, and independent are tasks and indications of the Ministry of Education, of that the teachers, as trainers, who contribute to the formation of a personality, must take into account in their activity.

One of the factors contributing to the achievement of school competences and performances is the motivation of students for school, for learning (Pascariu, 2018). The results of some studies show that this is just decreasing more or less, or even missing the students, who consider the school as a burdensome obligation, rather than as a center of attraction and interest.

To find solutions that bring something new, closer to the interests of the students, it is necessary, more than ever, the creativity, quality associated, usually, the teachers, but which must be developed and cultivated by the students, parents and all the factors involved in the process of instruction and education.

BIBLIOGRAPHY

1. Allain, P., Harvie, J., (2012): *Ghidul Routledge de teatru şi performanţă*, Bucureşti, Editura Nemira;
2. Allport, G. W. (1937). *Personality; Characters and characteristics*. New York: Henry Holt.
3. Bebu, A. (2010), *Cum să fac un teatru de păpuşi?* clasa a III-a, Editura Aramis Print
4. Borde- Klein, I., (1980), *Teatrul de păpuşi*, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti (trad. Horia Stanca)
5. Giulford, I. P. (1972), *Educaţie şi limbaj*, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti.
6. Landau, E., (1979), *Psihologia creativităţii,* Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti;
7. Popescu Neveanu, P. (1996), *Psihologie* (Manual pentru şcoli normale şi licee), Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti.
8. Pascariu, C.C. (2018), The relationship between personality traits and moral behaviour of pupils în Marius Milcu, Michael Stevens, Mind, Body and Behaviour: New trends and prospects in Health, Education and Social Sciences, Editura Universitară Bucureşti, 2018, ISBN 978-606-28-0845-7)
9. Roşca, A., (1981), *Creativitatea generală şi specifică*, Editura Academiei R.S.R.
10. Stoica, A. (1971), *Creativitatea elevilor*, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti
11. Taylor, C. W. (1988). *Various approaches to and definitions of creativity*. The nature of creativity, 99-121.
12. Turcu F., Turcu, A. (1999), *Fundamente ale psihologiei şcolare*, Editura ALL, Bucureşti.

ELEMENTS OF TRANSACTIONAL PSYCHOLOGY IN COMMERCIAL NEGOTIATIONS

Angela Bogluț
Assoc. Prof., PhD, "Vasile Goldiș" University of Arad

Abstract: Of all forms of communication, negotiation is the only one that recognizes the pursuit of an interest a priori. The specific actions to the negotiations must admit that there is nothing more normal for the business partners to pursue the same thing, but from their point of view. The negotiator must possess an extraordinary communication ability, an extroverted temperament, a very good professional training and not least the ability to capture the practical aspects of the problems. In any business transaction, each party must earn, have a greater or lesser advantage, depending on the circumstances, the nature of the goods or service offered, the preparation and ability of the negotiating team.

Keywords: transaction, partner, advantage, process, negotiator

Introducere

Termenul *negociere* , apare consemnat în secolul al VI-lea î.H., în Roma antică, în vremea când plebeii cetăţii, oameni bogaţi, cetăţeni liberi, dar nu şi nobili, erau nevoiţi să se ocupe de afaceri private sau îndeplineau anumite funcţii publice. Ei înşişi desemnau activitatea pe care o practicau prin negarea termenului ce-i consacra pe patricieni, negare care îi apropia totuşi de aceştia, numind-o negotium (nec-otium) – activitate ce nu e nici desfătare, în deplinul înţeles al cuvântului, deşi are ceva din aceasta, dar nici muncă în sensul ei deplin.

„*Negotium* era o activitate ce putea aduce nu doar o anume satisfacţie celui care o practica, asigurându-i dobândirea de bunuri, ci chiar o desfătare, pentru că bunurile dobândite erau câştigate prin intermediul unei activităţi ce nu presupunea un efort deosebit: doar comunicarea verbală, uneori în scris, cu semenii."

Unui negociator i se cere o extraordinara capacitate de comunicare, un temperament extravertit, o foarte bună pregătire profesională în domeniu si nu in ultimul rand capacitatea de a surprinde aspectele practice ale problemelor.

Principii şi noţiuni de bază ale negocierilor

Negocierile între partenerii comerciali pornesc de la necesitatea stabilirii preţurilor de contract pe baza preţurilor mondiale caracteristice, impuse în mod obiectiv, pe acţiunea legii valorii pe plan internaţional, în confruntarea între cerere şi ofertă. La negocierea contractelor fiecare partener ar dori ca acestea să cadă, sub aspect juridic sub incidenţa normelor de drept comercial al ţării căreia îi aparţine. În orice tranzacţie de afaceri, fiecare parte trebuie să câştige, să aibă un avantaj mai mare sau mai mic, în funcţie de împrejurări, de natura mărfii, de pregătirea şi abilitatea echipei de negociere. *Avantajul reciproc* presupune ca fiecare parte să aibă de câştigat de pe urma afacerii încheiate.

În unele cazuri, calculele efectuate în faza de pregătire şi cristalizate în mandatul de negociere nu au avut în vedere unele elemente importante, necunoscute la întocmirea acestuia. Dacă negociatorul le poate depista şi îi poate demonstra partenerului său avantajul evident, mandatul poate fi propus spre reconsiderare organului care l-a eliberat. În comerţul internaţional *nimic nu se dă gratuit* şi acesta are la bază principiul "DO UT DES" (dau dacă îmi dai). Trebuie avut în vedere că orice concesie materială în afara limitelor compromisului

comercial raţional, are un scop material bine definit, urmăreşte un avantaj unilateral prezent sau viitor mai consistent. De aceea orice livrări sau prestări de servicii în mod gratuit trebuie privite ca sacrificii aparente, care urmăresc avantaje compensatorii şi alte beneficii. *Noţiunile de bază* utilizate în cadrul procesului de negociere sunt următoarele:

- **Strategia –** ansamblul de decizii care urmează să fie luate în vederea îndeplinirii obiectivelor urmărite şi care ţin seama de un număr mare de factori interni şi externi cu un înalt grad de variabilitate şi complexitate.
- **Tactica –** aceea parte a strategiei menită să stabilească mijloacele şi formele de acţiune ce urmează să fie folosite în vederea realizării obiectivelor urmărite.
- **Tehnica –** totalitatea procedeelor ce urmează să fie folosite în desfăşurarea discuţiilor între parteneri în scopul de a se ajunge la încheierea contractului.

Comparativ cu piaţa internă, negocierile purtate cu partenerii străini se caracterizează printr-o mare complexitate, întrucât confruntarea cererii cu oferta pe piaţa externă e mai complicată, determinată de o multitudine de factori şi anume: uzanţe internaţionale, norme de drept comercial internaţional şi legislaţiile naţionale ale părţilor care intră în afaceri, respectiv diversitatea cursurilor valutare de schimb, niveluri de preţuri interne şi internaţionale diferite, exigenţa mărită faţă de nivelul tehnico-calitativ. Negocierile purtate pentru încheierea unor contracte cu parteneri externi trebuie să aibă în vedere diversitatea partenerilor; distanţele mari între parteneri; diversitatea produselor; diversitatea formelor de comercializare; gradul mai ridicat de risc şi incertitudine.

În cadrul conceptului de negociere întâlnim o serie de noţiuni, şi anume: *interesul* – manifestarea unor necesităţi sau trebuinţe ale participanţilor; *poziţia de negociere* – totalitatea intereselor uneia din părţi; *poziţia reală* – cuprinde obiectivele pe care o parte urmăreşte să le atingă, pentru satisfacerea intereselor sale; *poziţia declarată iniţial* – se deosebeşte de cea reală prin aceea că fiecare participant doreşte să-şi creeze un avantaj; *spaţiu de negociere* – prin exagerarea, într-o anumită măsură, a intereselor proprii. În cadrul negocierilor se pot identifica o serie de categorii de interese şi anume: *interesele comune* – ale participanţilor (uneori pe termen lung); *interese specifice* – diferite de ale celorlalţi participanţi şi adesea opuse faţă de acestea. Zona între obiectivele maximale şi limitele minime acceptabile se numeşte marjă de negociere şi este diferită pentru cei doi parteneri de negociere; *interese negociabile* – care provin din caracteristici economice, organizatorice, politice etc., impuse de politica comercială sau economică a unor state; *interese reale* – care se deosebesc de cele declarate în faza iniţială a negocierii şi care, de fapt, urmează să fie armonizate pe parcursul tratativelor, în avantajul reciproc. Activitatea de negociere mai poate fi privită şi prin prisma următoarelor aspecte: orice extindere a activităţii de comerţ exterior nu se poate face decât prin dezvoltarea contactelor cu parteneri externi; orice nouă tranzacţie se reflectă într-un contract care concretizează drepturile şi obligaţiile părţilor; aflarea punctului de compromis între obiectivele dezirabile şi minime ale celor doi parteneri; rezolvarea pe cale amiabilă a problemelor neprevăzute în derularea contractului, care se abat de la înţelegerea convenită, de îndeplinire a obligaţiilor asumate. Esenţa procesului negocierii constă în "acţiunea de armonizare a intereselor participanţilor prin căutarea unor soluţii reciproc avantajoase". Mecanismele procesului de negociere şi etapele acestuia au în vedere următoarele trei faze:

faza de prenegociere - activităţile de pregătire şi organizare a negocierii prin culegerea şi prelucrarea informaţiilor necesare, descoperirea partenerilor potenţiali şi a situaţiei financiare a acestora, garanţiile ce le pot oferi pentru o bună derulare a tranzacţiei, alegerea locului şi momentului negocierii, avizarea şi aprobarea mandatului de negociere, organizarea şedinţelor de negociere şi a unor acţiuni de protocol etc.;

negocierea propriu-zisă – care cuprinde mai multe etape, şi anume: oferte şi contraoferte; argumente şi contraargumente; utilizarea unor tactici adecvate şi măsuri de

contracarare; perioada de reflecţie pentru redefinirea poziţiilor; schimburi de concesii pentru apropierea poziţiilor; convenirea unor soluţii de compromis; semnarea documentelor.

faza de postnegociere – în care se urmăresc şi se rezolvă problemele apărute în derularea tranzacţiei, ca: Greutăţi apărute în derularea contractului şi rezolvarea lor; Negocieri pentru modificarea, completarea şi rezolvarea lor; Negocieri pentru modificarea, completarea sau prelungirea contractului; Rezolvarea reclamaţiilor şi a litigiilor; Soluţionarea litigiilor prin arbitraj.

Personalitatea psihologică a negociatorului

O importanţă majoră o are studierea şi cunoaşterea tipului de reacţie şi comportament al oamenilor, a psihologiei celor cu care negociatorul vine în contact. Studiul caracteriologic oferă posibilităţi în plus, care să-i permită acestuia priorităţi în ceea ce priveşte capacitatea de persuasiune a partenerilor săi, chiar de influenţare şi determinare a comportamentului. Factorii specifici fiecărui tip de personalitate psihologică se bazează pe anumite caracteristici bio-fiziologice ale fiecărui individ:

- emotivitatea (reacţia vie a unui individ la un eveniment: entuziasm, indignare, lacrimi, plâns, transformări vegetative la nivelul organismului etc.);
- durata răspunsului la evenimente (reacţia scurtă, care este o reacţie primară; reacţia persistentă, îndelungată la un eveniment este o reacţie secundară);
- caracterul activ al individului sunt factori bio-fiziologici înnăscuţi, ce vor determina ulterior tipul de personalitate al fiecărui individ.

Succesul este determinat în mare măsură de personalitatea unui negociator, de trăsăturile înnăscute prin care se manifestă în sens ofensiv, creativ, curajos şi aceasta ţine de caracteristicile de personalitate cu care în mod automat este înzestrat, în mai mare sau mai mică măsură. Peste această structură fundamentală intervine influenţa nivelului de viaţă, educaţia, instrucţia, auto-observarea, adică, într-un cuvânt, cultura, efortul personal, straturi care se depun succesiv, dând în final personalitatea individului. Factorii bio-fiziologici, completaţi cu cei proveniţi din mediul de viaţă, determină tipurile de personalitate psihologică:

- nervos – mobil în gândire, reacţionează rapid, susceptibil, reţine impresiile imediate, instabil, se plictiseşte repede, singuratic, adoră schimbarea dar provoacă tensiuni în grup;
- activ – exuberant, optimist, dar emotiv, violent, uneori succeptibil, caută rezultate imediate, este inteligent dar uneori imprudent;
- sentimental – sensibilitate mare, introspect, marcat de impresiile imediate, atracţie către arte, sociabil, stabil psihic, melancolic, timid, dar creativ, îi place adevărul;
- pasionat – nerăbdător, dominator, independent, are tendinţe de a nesocoti propriile interese, insistent, unilateral;
- realist (sanguin) – se adaptează uşor la condiţii diverse, stabil psihic, analitic, calm, dă rezultate; bun pentru negociere de intensitate mare şi medie;
- flegmatic – nu este creativ, răceală, calm excepţional, uneori bravează, renunţă repede;
- apatic – inactiv, singuratic, adipos, vrea linişte, puţin capabil de efort, renunţă repede;
- nonşalant – calm, indiferent, uneori neglijent, puţin ofensiv, stabil psihic, bun pentru situaţii de criză.

Aceste tipuri de personalitate psihologică stau la baza formării ulterioare a tipologiei şefului de echipă de negociere, care se poate manifesta în raport cu colaboratorii, în felul următor:

- tip autoritar – (decurgând din caracterul său pasionat şi nervos); este bun organizator, urmăreşte obiectivele, nu acceptă decât cu greu alte păreri, poate provoca însă conflicte;
- tip cooperant (pe baza caracterului său realist şi, uneori, sentimental) – bun constructor al spiritului de echipă, dă rezultate bune în negocieri dar uneori întârzie decizia;
- tip permisiv (fiind un intermediar între flegmatic şi sentimental) – slab organizatoric, nu face uz de autoritate, acceptă scuze şi motivări, este iubit de colaboratori dar este prea slab pentru a rezista la negocieri;
- tip creativ (decurgând din caracterul său sentimental şi nervos) – nu este preocupat de rezolvarea problemelor acute, nu este bun organizator dar, dublat bine, poate să susţină, bazat pe argumente, punctul de vedere al firmei în domeniul competivităţii tehnice.

Tipuri de parteneri comerciali şi modalităţi de abordare a acestora în cursul negocierilor

Tip de partener	Caracteristicile tipului de partener	Abordare
Primitor	Este bucuros să-l vadă pe specialist şi să se întreţină cu el. Ascultă argumentaţia şi propunerile exprotatorului dar nu este interesat să cumpere	S-ar putea ca partenerul să nu aibă competenţa să încheie contractul. Specialistul va trebui să-i pună întrebări la care acesta va trebui să-i răspundă, de genul: cum va utiliza produsul oferit?, când intenţionează să cumpere ?, poate să se refere la cineva care ar efectua cumpărarea imediată?
Vorbăreţ	Este vesel şi de multe ori se depărtează de tema negocierilor. Dacă specialistul nu este atent, discuţia cu partenerul vorbăreţ poate să se scurgă rapid fără a se atinge scopul tratativelor – încheierea contractului de vânzare.	Acestuie tip de partener i se va acorda un timp rezonabil pentru discuţia generală, dar specialistul trebuie să exploateze orice ocazie, pentru a-l aduce la subiectul tratativelor. Nu trebuie să înceteze să-şi prezinte argumentaţia în manieră proprie.
Impulsiv	Pare nerăbdător şi-l va întrerupe des pe specialist. Se poate întâmpla ca după ce îşi dă acordul pentru cumpărare să revină asupra deciziei, încercând să amâne discuţiile. Se enervează uşor.	Specialistul trebuie să încerce să trateze rapid cu acest gen de oameni, subliniind avantajele şi făcând încercări multiple de a concluziona (încheia) vânzarea. Specialistul nu va înceta să-l preseze, într-o manieră amicală dar serioasă. Dacă pare supărat, se va renunţa la detalii, vor fi subliniate avantajele principale şi se va "forţa " finalizarea.

Ezitant	Acest tip de partener detestă să ia decizii. Este nervos, incert, indecis, atât în comportare, exprimare, cât şi în gesturi.	Cea mai bună cale de a-şl ajuta este ca specialistul să-şi concentreze atenţia asupra unei singure linii de conduită: I se vor prezenta dovezi fără replică, raţiuni logice de urmărire a propunerii făcute. Este necesară multă fermitate.
Cumpătat	Manierele, cuvintele, actele sale sunt calme, serioase. El ascultă cu grijă, pune întrebări detaliate şi studiază în profunzime fiecare element al propunerii	Specialistul trebuie să cunoască bine comparaţia dintre produsul propriu şi cel oferit de concurenţă. Vor fi prezentate numeroase dovezi pentru a sublinia valoarea avantajelor produsului oferit. Specialistul va înceca să-i furnizeze toate datele solicitate, deoarece acest tip de partener intenţionează realmente să cumpere
Tăcut	Rămâne tăcut, fără să se pronunţe, fără să ofere prin gest sau mimică cel mai mic indiciu care să permită a se stabili gândurile sale.	Singurul mijloc de influenţare a acestui tip de cumpărător este evidenţierea de fapte. Specialistul trebuie să-i furnizeze dovada avantajelor pe care le va obţine acceptând propunerea. Trebuie tratat cu atenţie şi respect. Este necesar să i se pună înmtrebări. Trebuie determinat să vorbească utilizând propria lui tactică. Când va răspunde specialistul trebuie să fie mai tenace cu el.
Închis	Este completamente satisfăcut de “statu quo”, de produsele pe care le primeşte de la furnizorii săi actuali şi nu vede ncici un motiv să-i schimbe.	Este necesar ca specialistul să-l chestioneze în detaliu asupra a ceea ce îi convine atât de mult, la actualii furnozori, urmărindu-se cel mai mic indiciu asupra unei eventuale nemulţumiri. Apoi va stabili cum neajunsul menţionat poate fi ameliorat şi va construi argumentaţia pe baza posibilităţilor de care dispune pentru a-i oferi avantaje suplimentare partenerului.
Circumspect	Ascultă argumentaţia, reţine propunerile de preţ, ia prospectele, documentaţia, apoi închide discuţiam cu precizarea “vă ţin la curent cu decizia pe care o voi lua”. Se poate presupune că partenerul se va adresa unei alte firme şi va încerca să obţină un	Specialistul va trebui să-l convingă, să-l facă să înţeleagă că trebuie să cumpere produsul nostru cât se poate de urgent, subliniind avantajele , livrarea imediată sau preţ redus dacă se va decide imediat. Trebuie convins că este în interesul său să ia o decizie posibilă imediată.

	preţ mai bun. Acest gen de parteneri pun accent pe concurenţa dintre ofertanţi în scopul obţinerii unui rabat sau a unor condiţii speciale	
Temporizator	Ascultă dar nu vrea sau nu poate lua o decizie. Va solicita timp pentru a putea să-şi facă o părere, să se decidă.	Se impune verificarea de către specialist a motivelor care-l determină pe partener să "temporizeze" tratativele. Partenerul va trebui să fie întrebat direct de ce nu poate lua imediat o decizie definitivă. Aceasta îl obligă să sublinieze raţiunile pozitive sau negative ale atitudinii sale. Argumentaţia de încheiere a operaţiunii se va constitui pe motivele pozitive şi vor fi prezentate dovezi furnizate de beneficiarii satisfăcuţi de produsul nostru. I se va demonstra că încheiind imediat operaţiunea va câştiga timp.
Nemulţumit	Îl primeşte pe specialist, dar atacă imediat produsul căruia îi reproşează defecte anterioare reale sau imaginare. Nemulţumirile sale se pot adresa producţiei, service-ului sau altor domenii	Prima sarcină a specialistului este de a stabili dacă partenerul are într-adevăr dificultăţi pe care el poate să le rezolve. În caz afirmativ, problemele vor trebui atacate cu curaj, pentru a le putea rezolva rapid. Argumentaţia se poate încheia cu o frază de genul "este poate în puterea mea să evit erorile în viitor. Vreţi să-mi daţi o şansă de a v-o dovedi, studiind propunerea mea actuală ?"
Cu prejudecăţi	Este energic şi îşi închipuie că ştie tot. Intenţionează să ia el însuşi deciziile şi poate câteodată părea, brutal sau chiar grosolan	Acest tip de om reacţionează pozitiv la complimente şi la flatare. Va trebui elogiat el însuşi sau firma sa. Specialistul va trebui să creeze impresia de respect a succesului partenerului, a inteligenţei sale, a părerii sale. Când va fi încântat, va trebui întrebat asupra părerii sale cu privire la propunerea noastră.

Concluzii

Negocierea trebuie privită drept cel mai eficient mijloc de comunicare, având avantajul că realizează în cel mai scurt timp efectul scontat. Ea se referă la o situaţie în care părţile participante interacţionează în dorinţa de a ajunge la o soluţie acceptabilă, în una

sau maimulte probleme aflate în discuţie. Negocierea este un proces dinamic de ajustare prin care două părţi, fiecare cu obiectivele sale proprii, discută împreună pentru a ajunge la o înţelegere mutual satisfăcătoare pe baza interesului comun. Negocierile între agenţi economici sunt acţiuni în care se confruntă cererea cu oferta în vederea ajungerii la o înţelegere reciproc avantajoasă, respectiv la semnarea unui contract de vânzare-cumpărare. Obiectul negocierilor are, firește, o multitudine de faţete: negocieri în procesul afacerilor , în relaţiile de muncă, între şefi şi subordonaţi, între întreprinderi sau institute , între ministere , între guvern şi parlament, între state suverane.

Un negociator competent trebuie să îşi creeze un stil potrivit propriilor sale forţe - inclusiv celor caracteristice culturii din care provine. El nu ar trebui să încerce să urmeze stilul unei alte culturi, nu ar trebui să urmeze un stil în care alţi oameni au forţe pe care el nu le are, un stil care va duce la evidenţierea slăbiciunilor lui naturale, mai degrabă decât la evidenţierea forţelor lui. Negociatorul trebuie să pornească în formularea gândirii şi argumentelor sale de la întrebarea ce ar face el în locul oponentului. Ce atitudini ar adopta şi ce contra-argumente ar aduce, fiind tot timpul pătruns de convingerea că trebuie să existe o cale de a se ajunge la o înţelegere.

BIBLIOGRAPHY

1. Audebert-Lasrochas P. La negociation, applications professionnelles. Paris: Editions de l'Organisation, 2000. 431 p.

2. Bercovitch J. Medierea în conflictele internaţionale. Bucureşti: All. 2002. 350 p.

3. Boncu Ş. Negocierea şi medierea: perspective psihologice. Iaşi: Institutul European, 2006. 247 p.

4. Caraiani G., Potecea V. Negocierea în afacerile internaţionale. Strategii, tactici, uzanţe diplomatice şi de protocol. Bucureşti: Wolters kluwer, 2010. 328 p.

5. Cohen R.H. Orice se poate negocia. Bucureşti: Colosseum, 1995. 275 p.

6. Costică D., Petcu V. Ghid de negociere. Timişoara, 2013. http:// www.practica-ta.ro/wp-content/uploads/custom/probationers/ ghid-de-negociere.pdf

7. Hiltrop J., Udall S. Arta negocierii: Procesul de negociere. Negocierea interpersonală. Cultura negociatorului. Greşeli comune. Bucureşti: Teora, 2000. 176 p.

8. Mamontov S. Strategii de negociere. Bucureşti: EuroPress Group, 2006. 195 p.

9. Prutianu S. Antrenamentul calităţilor de negociere. Iaşi: Polirom, 2007. 405 p.

10. Prutianu S. Manual de comunicare şi negociere în afaceri. Vol.2. Negocierea. Iaşi: Polirom, 2000. 280 p.

"VOTE FOR ME!" - THE IMPACT OF THE SLOGANS IN THE ELECTORAL CAMPAIGN FOR PRESIDENTIAL ELECTIONS 2019

Cristian Măduță
Lecturer, PhD, "Aurel Vlaicu" University of Arad

Abstract: Political marketing strategies need to be defined effectively, taking into account the particularities of the political domain, and political communication must be successfully integrated from the political context in order to obtain an optimal result. This research analyses the main electoral slogans from the presidential campaign (November 2019), highlighting the main electoral tools and strategies, the financial involvement, the effect produced in the mass media, including the virtual media, and the shaping ofthe best presidential image within the society, both at national level, as well as in the diaspora.

Keywords: Presidential campaign, strategies, political marketing, political communication, diaspora.

INTRODUCERE

În lumea actuală, globalizată și interconectată, fascinanta și complexa relație dintre politică, mass-media, ideologie, cunoaștere și putere impune o influență enormă asupra vieții noastre de zi cu zi, capacitatea noastră de a vorbi, gândi, de a stabili relații cu ceilalți, „până și visurile noastre și personalitate ne sunt, mai nou, modelate de mas-media"[1]. Asumându-ne acest adevăr, în cercetarea noastră, dorim să evidențiem analiza principalelor mesaje electorale din campania prezidențială din luna noiembrie 2019, prin prima marketingului politic, ca instrument al comunicării politice.

CADRUL TEORETIC

„Dicționarul limbii române" definește: *Slogán, sloganuri*, s. n. Formulă pregnantă, concludentă care exprimă, în chip lapidar, țelurile politice, economice ale unor grupuri, organizații etc. sau o problemă de actualitate. [Pl. și: slogane] – Din fr., engl. slogan. Sinonimia termenului include „lozincă" sau „formulă politică standard", „simbol" sau „manifest politic, de chemare sau angajament".

Sloganul reprezintă „chintesența unei doctrine", o formulă/formulare teoretică ce concentrează maxim, constituind o parte dintr-o tactică sau acțiune politică.[2]

Fiecare campanie prezidențială este unică, având o identitate proprie, o evoluție în ceea ce privește așteptările electoratului, utilizarea mijloacelor mass-media, preocupările adversarilor și, nu în ultimul rând, propriile interese și obiective[3]. Imaginea promovată de marketingul politic reprezintă valoarea produsului promovat, o identitatea politică diferită de cea a adversarilor, fiind astfel subiectivă și adaptivă în funcție de context, actorul politic comunicând în primul rând, cu un public alcătuit din grupuri sociale diverse, prin diverse

[1]ZiauddinSardar, Borin Van Loon, *Câte ceva despre mass-media*, București, Editura Curtea Veche, 2001, p. 10.
[2] T. Popa, D. C. Popa, C. T. Popa, *Marketing electoral. Tehnici de atragere a votului electoratului*, Oradea,[s.n.], [s.a.], pp. 239-243.
[3] Andrei Stoiciu, *Comunicarea politică: cum se vând idei și oameni*, București, Fundația Culturală Libra, 2000, p. 16.

canale mediatice. Prin urmare, sloganul candidatului nu trebuie să „excludă", ci să „includă" un public extrem de eterogen, aflat într-un spațiu public global.[4]

În cadrul comunicării de campanie trebuie să se țină seama de „efectele interacțiunii dintre mesajele strategic proporționate", iar „pretendenții la putere" trebuie adopte misiunea unui strateg, respectiv „acțiunile lor sunt îndreptate spre succesul campaniei lor de mobilizare a electorilor".[5]

Ca element al tacticii sau strategiei electorale, sloganul trebuie să fie un „refren" al imaginii publice, să fie ușor de reținut, plăcut auzului, să aibă muzicalitate și ritm, fluență și mai ales să transmită mai mult decât enunță. Sloganul trebuie să fie în deplină corelație cu temele de campanie și cu imaginea candidatului. Uneori, chiar și un joc de cuvinte sau formularea glumeață poate crește atractivitatea unui slogan.[6]

Sloganul face parte integrantă din comunicarea unidirecțională clasică, fiind un element component al strategiei generale a manipulării, în sensul de formă specială a „retoricității precum publicitatea sau propaganda".[7]Includerea sloganului în materialele de campanie, în comunicarea cu presa, în spoturile și afișele publicitare, reprezintă afirmarea unei formule politice voit selectivă, fiind creat de specialistul (specialiștii) în documentare a campaniei, conform temelor și obiectivelor, contextului politic, social, economic, istoric, cultural etc.

Bazat pe temeiul unui reper doctrinar, sloganul poate să mobilizeze pe toți cei care aparțin unui anumit grup social sau politic, fiind un element de particularizare, de individualizare. Forma negativă utilizată în cadrul sloganului este în defavoarea candidatului care îl propune, alegătorii nefiind motivați suficient în votarea lui[8]. Sloganul trebuie să seducă, să evite clișeele, „*Repetitio est materstudiorum*", de aceea electoratului trebuie să i se amintească mereu sloganul, prin atragerea atenției, prezentarea unei informații, provocarea unei dorințe, acțiune – strategia AIDA.

Sloganul trebuie să comunice mesajul dorit, coerența și forma sa rămânând neschimbată odată ce a fost lansat în spațiul concurențial al campaniei, fiind de dorit ca sloganul să aibă o dimensiunea minim posibilă. Sloganul trebuie să producă un efect asupra alegătorului, să fie credibil și persuasiv, să creeze candidatului o potențială identitate formală și personalizată.[9]

Din punct de vedere temporal, prezența unui slogan este dual deoarece „aparține unei tactici momentane (idee politică ce constituie un răspuns la o anumită stare) sau este o parte dintr-o strategie mai largă cu finalității târzii, rod al unei concepții ce se obiectivează secvențial".[10]

Din punct de vedere vizual și auditiv, promovat în perioada de interes politic maxim, sloganul ales pentru fixarea în conștiința electoratului (ideatic/practic) constă într-un text politic, într-o formă concentrată, însă cu încărcătură emoțională. Sloganul trebuie să fie ușor memorabil, să aibă ritm în scandările electorale, să poată fi repetat la comandă, scandat sau rostit în mod apăsat, devenind astfel o comandă pentru cei care, conform regulilor psihologiei mulțimilor, deoarece „...în mulțime individul capătă, doar din simpla pricinăa numărului, sentimentul unei forțe invincibile permițându-i să cedeze instinctelor, pecare, singur, şi le-ar

[4] Camelia Beciu, *Politica discursivă. Practici politice într-o campanie electorală*, Iași, Editura Polirom, 2000, p. 33.
[5] Jacques Gerstle, *Comunicarea politică*, Editura Institutul European, Iași, 2002, p. 77.
[6] Andrei Stoiciu, *op. cit.*, p. 36.
[7] Constantin Sălăvăstru, *Discursul puterii*, Bucureşti, Editura Tritonic, 2009, p. 47.
[8] Gheorghe-Ilie Fârte, *Comunicarea politică: aspecte generale și ipostaze actuale*, în „Argumentum", nr. 3, 2004-2005, pp. 101-146.
[9] Gabriel Thoveron, *Comunicarea politică azi*, Editura Antet, Bucureşti, 1996, pp. 129-135.
[10] T. Popa, D. C. Popa, C. T. Popa,*op. cit.*, pp. 239-243.

reprima. Va ceda cu atât mai bucuros acestei porniri cu câtmulţimea este anonimă şi, prin urmare, sentimentul responsabilităţii, care îi reţineîntotdeauna pe oameni, dispare complet".[11]

ANALIZĂ CONCEPTUALĂ

14 candidați au fost validați de Biroul Electoral Central pentru alegerile prezidențiale din noiembrie 2019. În cercetarea prezentă utilizăm pentru analiză lista a principalilor 5 candidați[12], în uzanța furnizată de BEC, care, prin tragere la sorți, a stabilit ordinea pe buletinele de vot a candidaților:

1.**Klaus Iohannis**– susținut de Partidul Național Liberal.

Sloganul actualului președinte Klaus Iohannisîn campania prezidențială este „**Pentru o Românie normală**"[13]. Din punct de vedere semantic, sloganul transmite o paletă de sensuri complexă, candidatul făcând referire în discursul său electoral la conceptul de normalitate ce trebuie să existe în sistemul administrativ, educațional, justiție etc. Sloganul este utilizat frecvent în discursul său politic, fapt ce rămâne în memoria individuală a alegătorilor: „*O Românie normală* este țara în care cetățeanul este în centrul preocupării statului şi nu invers (...). *O Românie normală* e cea în care şcolile sunt dotate, în care elevii şi profesorii se simt în siguranţă. *O Românie normală*e o România în care cel în suferinţă găseşte uşor un spital modern, dotat, cu personal calificat, cu oameni dedicaţi meseriei. *România normală* este acea ţară în care românii se întorc, în care locurile de muncă se creează aici la noi şi nu mai este nimeni obligat să plece din România".[14] Mesajul este clar, este plăcut auzului (indicând spre normalitatea unei stări – fapt ce din punct de vedere psihologic, asigură bunăstarea individului și siguranța zilei de mâine). Sloganul este compus din 4 cuvinte, fapt ce îl face să fie ușor de reținut și amintit prin concizie. Dorința unei vieți mai bune se subînțelege, făcând astfel parte integrantă din conceptul de candidatură. De regulă, în democrațiile liberale, obiectivele candidaților prezidențiali sunt circumscrise unor măsuri economice și sociale de la care se așteaptă să declanșeze anumite procese. Sloganul implică starea inițială a națiunii, precară și problematică, candidatul propunând posibilitatea de a reconstrui țara într-un viitor apropiat. Acțiunea politică promisă este de „a transforma" România într-o țară normală. Remarcăm lipsa ritmului, a rimei, a atractivității lingvistice (fapt ce face ca sloganul să fie destul de dificil de scandat la mitingurile electorale), prin evitarea utilizării unor concepte hiperbolice, sloganul include adjectivul „normal" = „care este așa cum trebuie să fie, potrivit cu starea firească, obișnuit, firesc, natural"; s-a evitat tendința de exagerare.

Remarcăm prezența sloganului pe site-ul de Internethttps://iohannis.ro/, unde accesarea linkului trimite la „Scrie aici mesajul tău pentru o Românie normală", alături de o serie de mesaje și sugestii trimise de susținători referitor la mediu, educație, instituțiile statului, administrație etc. Evităm însă viralul existent în social media, considerând că echipa de campanie a făcut o alegere controversată, deoarece acronimul rezultat „PORN" a generat o serie de comentarii, glume, meme în mediul online ce puteau fi evitate facil.

Sursa: site web Klaus Iohannis, https://iohannis.ro/

2. **Theodor Paleologu**– Partidul Mișcarea Populară.

Theodor Paleologu, candidatul susținut de PMP, își rezumă obiectivele campaniei în trei cuvinte: **„Respect. Educație. Performanță**". Sloganul este compus din 3 substantive, concise și sofisticate din punct de vedere semantic, propunând electoratului-țintă o

[11] Gustave Le Bon, *Psihologia mulţimilor*, Editura ANTET XX PRESS, Bucureşti, 2002, p.11.
[12] Ne asumăm subiectivitatea deoarece cercetarea în speță va fi dezvoltată ulterior într-un studiu mai amplu.
[13] Klaus Iohannis, https://iohannis.ro/ [accesat 4 noiembrie 2019]
[14]*România nu a reuşit să devină o ţară normală din cauza guvernărilor PSD*, 4 noiembrie 2019, on line https://www.digi24.ro/stiri/actualitate/politica/alegeri-prezidentiale-2019/romania-nu-a-reusit-sa-devina-o-tara-normala-din-cauza-guvernarilor-psd-1211184 [accesat 4 noiembrie 2019]

promisiune fermă (sugerată de utilizarea punctului după fiecare substantiv) structurată pe cei 3 piloni propuși. Sloganul elitist și franc este succint, plăcut auzului, nu exagerează, ci utilizează doar substantive comune asumate și întruchipând însuși candidatul, mesajul fiind clar și corect (poate prea corect), cu destinație precisă, respectiv electoratul intelectual, preocupat de siguranță și respect, mediere și democrație, meritocrație și performanță; este persuasiv, reușind să reliefeze importanța educației pentru viitorul națiunii (alocarea a 6% din PIB pentru sistemul educațional), reforma constituțională prin redefinirea regimului politic, cu o pledoarie pentru un președinte mai puternic, populație mai educată și consolidarea relațiilor dintre UE și NATO.[15] Alegerea a 3 cuvinte-cheie poate reprezenta un exercițiu de branding pentru candidat, creând pentru viitor o imagine de politician ce prețuiește respectul ca subiect de interes a națiunii, iar educația și performanța ca aspirații politice „evergreen".[16]

SIGURANȚĂ ȘI RESPECT MEDIERE ȘI EDUCAȚIE MERITOCRAȚIE ȘI PERFORMANȚĂ

Sursa: site webTheodor Paleologu, https://paleologu.ro/viziune

3. **Dan Barna** – Alianța USR-PLUS.

Sursa: site web Dan Barna, https://www.danbarnapresedinte.ro/

Sloganul de campanie al prezidențiabilului USR-PLUS, Dan Barna, este „**Fericiți în România**"[17]. Conceptul este generos, intrând în sfera trăirilor și sentimentelor, a aspirației de a fi fericit ca individ și ca națiune, iar utilizarea pluralului „fericiți" sugerează unitatea la nivel de țară. Sloganul a fost asumat de candidat, prin explicația: „acesta e obiectivul meu. E mare, e enorm. Dar așa și trebuie să fie. Și te voi convinge și pe tine ca e posibil. Iar apoi, împreună, vom reîncepe cu toții să sperăm, să visăm și să muncim pe brânci ca să ne găsim fiecare fericirea lui"[18].Însă promisiunea „fericirii" totale este riscantă, cel puțin din punct de vedere politic. Brandul este relativ nișat, cu o audiență clar definită din punct de vedere semantic. Inspirațional și motivant, sloganul are ca electorat-țintă oamenii tineri, provenind din mediul urban, intelectuali, inclusiv clasa antreprenorială. Remarcăm limitarea lingvistică „în România", punându-se astfel întrebarea: candidatul nu reprezintă și pe românii din diaspora? Sloganul este fluent, concis, plăcut auzului.

4. **Kelemen Hunor** – Uniunea Democrată Maghiară din România

Prezent în mod tradițional, și UDMR merge alături de Kelemen Hunor în cursa pentru Cotroceni cu mesajul „**Kelemen Hunor– Respect pentru toți**"[19]. Sloganul reprezintă o aluzie subtilă la respectul pe care și-l datorează în mod reciproc majoritatea și minoritatea: „trebuie să vorbim despre soluţii, trebuie să vorbim despre proiecte, eu am plecat de la acest slogan - respect. Înţelege şi românul, înţelege şi maghiarul că până nu va exista respect în această ţară ..., şi trebuie să începem cu statul. Instituţiile statului până nu îi vor respecta pe cetăţeni, (...), nici cetăţenii nu vor avea încredere în stat. Şi dacă nu există încredere şi

[15] Theodor Paleologu, https://paleologu.ro/viziune [accesat 4 noiembrie 2019]
[16] Lucian Talpeș, *[Politice 2.0] Vlad Tăușance: În politică nu există adevăr suprem, există competiție între moduri de a vedea lumea*, 31 octombrie 2019, https://www.iqads.ro/articol/48373/politice-2-0-vlad-tausance-in-politica-nu-exista-adevar-suprem-exista-competitie [accesat 4 noiembrie 2019].
[17] Dan Barna, https://www.danbarnapresedinte.ro/[accesat 4 noiembrie 2019].
[18] Alexandra Cruceru, *Luat peste picior, Dan Barna explică sloganul de campanie 'Fericiți în România': 'Acesta e obiectivul meu. E mare, e enorm. Dar așa și trebuie să fie*, https://www.stiripesurse.ro/luat-peste-picior-dan-barna-explica-sloganul-de-campanie-ferici-i-in-romania-acesta-e-obiectivu_1381763.html [accesat 4 noiembrie 2019].
[19] Kelemen Hunor, http://hunor.udmr.ro/ro-respekt/[accesat 4 noiembrie 2019].

respect, nu se poate construi nimic".[20] Din punct de vedere semantic, sloganul este destul de limitativ, axarea doar pe o singură idee bazată pe respectabilitate și civilizată, fiind atrăgătoare (probabil?) doar pentru electoratul-țintă. De remarcat că și Th. Paleologu a introdus substantivul „respect" în sloganul său, marjând însă pe ideea că națiunea tânjește după recunoașterea și acordarea respectului. „Respect pentru toți" are fluență, mesajul este plăcut auzului, are ritm și este concis.

Inspirația strategilor de campanie ai liderului UDMR a fost un joc „vizual" ce însoțește sloganul „Kelemen Hunor – Respect pentru toți", prin care ultimele două litere din numele său sunt întoarse, rezultând un joc de cuvinte: prima parte a numelui („HUN") semnifică Ungaria, iar ultima parte („OR") citită invers, înseamnă România.

Sursa: site web Kelemen Hunor http://hunor.udmr.ro/ro-respekt/

5. **Viorica Dăncilă** - Partidul Social Democrat.

SursaVioricaDăncilăși-a depuscandidatura la președinție la BiroulElectoral Central 1 https://romania.europalibera.org/a/viorica-d%C4%83ncil%C4%83-%C8%99i-a-depus-candidatura-la-pre%C8%99edin%C8%9Bie-la-biroul-electoral-central/30172813.html

Sloganul fostului premier Viorica Dăncilă este **„Alături de fiecare român"**[21]. Candidatul PSD pune accentulpe cetățeni în lupta pentru prezidențiale, abandonând retorica naționalist-izolaționistă, având însă mari probleme de credibilitate în rândul electoratului. Aflat în antiteză evidentă față de sloganurile principalilor contracandidați, Klaus Iohannis și Dan Barna, mesajul transmis de Viorica Dăncilă dorește să sugereze alegătorului poziția sa fermă, „cu picioarele pe pământ", o româncă care știe și intenționează să descurce „țele", să își asume rolul de „mamă protectoare" pentru fiecare român. Însă, bineînțeles, sloganul, în speță președintele țării, nu are cum să rezoneze la nivel individual cu fiecare cetățean, cu nevoile și cerințele sale personale. De remarcat faptul că sloganul „Alături de fiecare român" nu corespunde mesajului vizual al candidatului, care are postură rigidă și inactivă. Una e sloganul, alta e imaginea... respectiv credibilitatea vizuală...cu mânecile suflecate, rigiditate, seriozitate facială, imaginea este pur și simplu „țeapănă" în complet dezacord cu căldură semantică a sloganului pacifist „alături de tine" – o mână de ajutor sau un umăr de care să te sprijini. Sloganul este concis, fluent și include mesajul formulat în mod clar, însă credibilitatea candidatului, precum și sensul transmis de slogan lasă de dorit deoarece în ultimii 30 de ani, cu siguranță, poporul român nu și-a dorit doar să aibă un umăr pe care să plângă, ci să vadă în fruntea statului un Președinte cu adevărat dedicat intereselor naționale.

CONCLUZII

Într-o campanie electorală, sloganul are un rol de maximă importanță. De multe ori chiar joacă rolul decisiv în determinarea opțiunii de vot de a cetățenilor. Pornind de la această

[20]*Scenariu-șoc: Kelemen Hunor și Theodor Paleologu, în turul doi al prezidențialelor*, https://www.antena3.ro/politica/scenariu-soc-kelemen-hunor-si-theodor-paleologu-in-turul-doi-al-prezidentialelor-538383.html [accesat 4 noiembrie 2019].
[21]Viorica Dăncilă, https://dancila.psd.ro/?[accesat 4 noiembrie 2019].

constatare, cercetarea de față analizează sloganurile principalilor 5 candidați la funcția de președinte al României, fără a-și propune să realizeze un „clasament" convențional, având însă ca obiectiv evidențierea principalelor strategii și instrumente în crearea și propagarea sloganurilor din campania pentru alegerile prezidențiale din noiembrie 2019.

Ținând cont de desfășurarea campaniei, de absența dezbaterii, de criza guvernamentală recent încheiată, de angajamentul comunicativ și exercițiul exprimării politice, sloganul fiecărui candidat ar trebui să reprezinte expresia „supremă" care să exprime, dacă nu totul măcar esențialul în câteva cuvinte simple. Într-adevăr, să „inventezi" un slogan perfect nu este ușor, putem afirma că este o adevărată „artă", însă acesta trebuie să includă câteva atribute esențiale: scurt, original, credibil, complet, în pas cu timpul, să corespundă așteptărilor electoratului și să fie durabil pentru a rezista pe parcursul întregii campanii.

Sloganurile din campania electorală pentru alegeri prezidențiale în România, 2019 sunt axate pe menținere electoratului-țintă, încadrate în mod corect (de cele mai multe ori) în comunicarea politică, de fapt, cea mai „tăcută"campanie pentru prezidențiale din ultimele 3 decenii. Fără îndoială, există o multitudine de factori ce influențează „puterea" de convingere și sugestie a unui slogan: de la comentarii și remarci virtuale virale, la lozinci goale și fără conținut sau un slogan bine construit și modelat pe „chipul și asemănarea" candidatului, însă cu siguranță, România anului 2019 își va alege președinteleideal care să reprezinte pe românii de pretutindeni, cu propriile valori, interese, simboluri și tradiții, într-un stat care are grijă de cetățenii săi, prin mijloace legale și diplomatice, oriunde s-ar afla ei, într-o țară care își protejează patrimoniul, domeniile de excelență, prioritizând educația și sănătatea, într-o Românie ce contribuie, alături de partenerii săi, la menținerea securității colective și la promovarea democrației și libertății.

BIBLIOGRAPHY

- Beciu, Camelia, *Politica discursivă. Practici politice într-o campanie electorală*, Iași, Editura Polirom, 2000.
- Bon, Gustave Le, *Psihologia mulţimilor*, Editura ANTET XX PRESS, Bucureşti, 2002.
- Fârte, Gheorghe-Ilie, *Comunicarea politică: aspecte generale și ipostaze actuale*, în „Argumentum", nr. 3, 2004-2005, pp. 101-146.
- Gerstle, Jacques, *Comunicarea politică*, Editura Institutul European, Iași, 2002.
- Popa, T., Popa, D. C., Popa, C. T., *Marketing electoral. Tehnici de atragere a votului electoratului*, Oradea,[s.n.], [s.a.].
- Sardar, Ziauddin, Loon, Borin Van, *Câte ceva despre mass-media*, București, Editura Curtea Veche, 2001
- Sălăvăstru, Constantin, *Discursul puterii*, București, Editura Tritonic, 2009.
- Stoiciu, Andrei, *Comunicarea politică: cum se vând idei și oameni*, București, Fundația Culturală Libra, 2000.
- Thoveron, Gabriel, *Comunicarea politică azi*, Editura Antet, Bucureşti, 1996.

Resurse Internet

- Cruceru, Alexandra, *Luat peste picior, Dan Barna explică sloganul de campanie 'Fericiți în România': 'Acesta e obiectivul meu. E mare, e enorm. Dar așa și trebuie să fie*, https://www.stiripesurse.ro/luat-peste-picior-dan-barna-explica-sloganul-de-campanie-ferici-i-in-romania-acesta-e-obiectivu_1381763.html [accesat 4 noiembrie 2019]
- Dan Barna, https://www.danbarnapresedinte.ro/[accesat 4 noiembrie 2019].
- Kelemen Hunor, http://hunor.udmr.ro/ro-respekt/[accesat 4 noiembrie 2019].

- Klaus Iohannis, https://iohannis.ro/ [accesat 4 noiembrie 2019]
- *România nu a reuşit să devină o ţară normală din cauza guvernărilor PSD*, 4 noiembrie 2019, on line https://www.digi24.ro/stiri/actualitate/politica/alegeri-prezidentiale-2019/romania-nu-a-reusit-sa-devina-o-tara-normala-din-cauza-guvernarilor-psd-1211184 [accesat 4 noiembrie 2019]
- *Scenariu-şoc: Kelemen Hunor şi Theodor Paleologu, în turul doi al prezidenţialelor*, https://www.antena3.ro/politica/scenariu-soc-kelemen-hunor-si-theodor-paleologu-in-turul-doi-al-prezidentialelor-538383.html [accesat 4 noiembrie 2019].
- Talpeş, Lucian, *[Politice 2.0] Vlad Tăuşance: În politică nu există adevăr suprem, există competiţie între moduri de a vedea lumea*, 31 octombrie 2019, https://www.iqads.ro/articol/48373/politice-2-0-vlad-tausance-in-politica-nu-exista-adevar-suprem-exista-competitie [accesat 4 noiembrie 2019].
- Theodor Paleologu, https://paleologu.ro/viziune [accesat 4 noiembrie 2019]
- Viorica Dăncilă, https://dancila.psd.ro/?[accesat 4 noiembrie 2019].

THE JOURNALIST AS A WRITER (OR ON THE EPOCH WHEN THE LITERARY HISTORIANS WERE CALLED TO STUDY THE JOURNALISTIC WRITING)

Fănel Teodoraşcu
Senior lecturer, PhD, "Danubius" University of Galaţi

Abstract: In this paper we aim at finding the answers given, in some of the Romanian newspapers and magazines from the past, at the question: "Are the journalists writers?". This study is based on 12 articles which were published between 1915 and 1941. Among the newspapers and the magazines used in our research, we will mention the following: Gândirea, Universul literar, Gazeta Transilvaniei, Cuvântul etc. According to one of the ideas of our research, the difference between journalistic writing and literature is constitued by the fact that journalism forces its practicant to lie.

Keywords: history of press, journalism, literature, culture, newspapers.

1. Scrisul gazetăresc, un fel de literatură

În paginile ziarelor româneşti au fost dezbătute, de-a lungul timpului, numeroase chestiuni, mai mult sau mai puţin senzaţionale, pe care cititorii le-au considerat, măcar pentru o vreme, demne de a fi supuse atenţiei lor. O astfel de chestiune a fost, spunem noi, şi cea care îşi propunea să stabilească, o dată pentru totdeauna, dacă gazetarii pot fi consideraţi scriitori. Vom începe studiul nostru arătând modul în care Pamfil Şeicaru, creatorul ziarului *Curentul*, înţelegea găzetăria[1]. Aşadar, după gazetarul deja precizat, rostul unui ziar e *să furnizeze informaţii, să definească situaţii şi să anticipeze atitudini, într-o manieră care să-i permită cititorului să desprindă singur posibilităţile unor orientări*[2]. Când îşi scrie textele, mai spune Şeicaru, ziaristul nu trebuie să *se gândească la literatură*, explicaţia fiind aceea că valoarea unui text jurnalistic poate fi mare doar dacă autorul său este lipsit de orice preocupare de *alambicare literară*.

Prin urmare, ziaristul, dacă vrea să fie apreţuit de cititori, trebuie să le transmită acestora impresiile cu care el a rămas, în urma evenimentelor la care a participat, într-un mod direct, fără a încerca să-şi îmbrace frazele în *haine de sărbătoare*[3]. În acest punct, s-ar putea crede că lucurile sunt clare. Gazetăria nu e literatură, iar gazetarul, prin urmare, nu e scriitor. Şi totuşi, după acelaşi Pamfil Şeicaru, *scrisul gazetăresc* ar putea fi socotit un soi de literatură – o *literatură efemeră*. Când spunea asta, cunoscutul gazetar interbelic nu avea în vedere, credem noi, *mahalaua gazetărească*, despre care unii dintre colegii săi de breaslă spuneau că nu-i era nici lui tocmai străină, Pamfil Şeicaru fiind numit *pamfletar slobod la gură*[4] de unii gazetari ai epocii sale. *Mahalaua gazetărească* era acel loc unde *minciuna înflorea în voie*, iar injuria circula nestingherită de la un ziar de scandal la altul[5].

[1] Fănel Teodoraşcu, *Pamfil Şeicaru*, Bucureşti, Ars Docendi, 2014, pp. 83-150.
[2] *Ibidem*, pp. 90-91.
[3] *Ibidem*, p. 90.
[4] *** „Pamfletarul şi juriul de onoare", în *Ţara noastră*, anul VII, nr. 13, 28 martie 1926, p. 424.
[5] Alexandru Hodoş, „Mahalaua gazetărească", în *Ţara noastră*, anul VI, nr. 39, 27 septembrie 1925, pp. 1239-1240.

2. Gazetarul năzdrăvan

Deşi românii au cunoscut presa mai târziu decât au făcut-o cetăţenii occidentali, iar ziarele româneşti *serioase* s-au lăsat aşteptate destul de mult timp, gazetăria de la noi nu a dus lipsă de ziarişti mari, această situaţie fiind subliniată de M. Kogălniceanu într-un articol publicat în 1855[6]. În presă existau însă, spunea Ioan Dafin, şi *băieţi de prăvălie*, care, după ce şi-au pierdut slujba, pentru că stăpânul i-a prins furând, şi-au găsit, cu uşurinţă, un loc într-o redacţie de ziar[7]. După Pamfil Şeicaru, *gazetarii fără cultură* erau cei care *stricau reputaţia întregii bresle*[8]. În perioada urmărită de noi în această lucrare, cititul gazetei reprezenta pentru mulți români o ocupație zilnică[9]. În ziare, cititorul român căuta, în special, *verbul violent și senzaționalul*[10]. De aici, probabil, apare și ideea că persoanei care dorea să exercite cu succes meseria de gazetar îi era suficient să știe să înjure[11]. Chiar și analfabeții aveau acces în redacțiile de ziar, pentru că un articol putea fi dictat[12]. Așadar, cunoștințele de gramatică ale *slujitorilor presei româneşti* erau facultative. Pe lângă categoria *băieților de prăvălie* și cea a *gazetarilor fără cultură*, mai exista în presa românească și categoria *ziariștilor năzdrăvani*.

Ziariștii năzdrăvani erau acei ziariști care, din dorința de a capta, cu orice preț, atenția cititorilor, ajungeau să-și transforme articolele în texte fără înțeles. În 1915, în *Universul literar*, era publicat articolul „Din necazurile gazetăriei". Autorul acestui articol le vorbește cititorilor tocmai despre *năzdrăvăniile* scrise de unii dintre gazetarii români. La începutul textului său însă, autorul urmărit de noi aici subliniază faptul că cei mai mulți dintre ziariștii noștrii sunt de bună-credință. Dacă se întâmplă însă ca cititorii să nu înțeleagă nimic dintr-un articol de ziar, această situație trebuie să fie privită ca un simplu accident, pentru că *accidentele gazetărești* nu reprezintă ceva nefiresc în cazul gazetarilor care își iubesc profesia:

„Orice s-ar zice, gazetăria are riscurile şi accidentele ei, care se întâmplă mai ales celor îndrăgostiţi de această profesiune, doritori de a servi publicului ultimele noutăţi şi «fapte inedite». Nu trebuie să luăm însă în nume [de] rău aceste accidente, fiindcă, la drept vorbind, ziaristul modern munceşte cinstit şi este, mai ales, de bună credinţă în tot ceea ce el împărtăşeşte iubiţilor săi cititori. Iată, de pildă, în afacerea crimei din strada Zorilor, reprezentanţii presei au muncit zi şi noapte ca să îndestuleze pe acest uriaş Flămânzilă, care se numeşte opinia publică. Câte nopţi nedormite, câte trudă, câte sforţări intelectuale reprezintă, de pildă, articolul de reportaj pe care cititorul îl savurează, dimineaţa, în pat, între o ţigară şi o cafea cu lapte"[13].

Pe parcursul texului său, pentru a fi cât mai lămuritor, autorul vorbește despre câteva cazuri care au făcut vâlvă în rândul cititorilor români de ziare. Așa cum am văzut în fragmentul de mai sus, primul caz de acest fel la care autorul face referire este cel al *crimei din strada Zorilor* (București), din primăvara lui 1915. Cazul *atentatului din strada Zorilor*[14] reprezintă încercarea unui băiat de casă (Jean Dumitriu) de a-și omorî stăpânul (Alexandru Davila). Senzaționalul întregii afaceri era dat și de faptul că cel vizat de *încercarea de*

[6] Fănel Teodoraşcu, „Jurnalismul la români – câteva aspecte", în *Limba Română*, anul XXVIII, nr. 5-6 (247-248), 2018, Chişinău, pp. 93-95.
[7] *Idem, Arta gazetărească. Trei ipostaze*, Galaţi, Zigotto, 2014, pp. 25-26.
[8] *Idem, Pamfil Şeicaru...*, p. 96.
[9] *Ibidem*, p. 83.
[10] *Ibidem*, p. 87.
[11] Alexandru Hodoș, „Școala gazetarilor", în *Țara noastră*, anul IX, nr. 30, 22 iulie 1928, p. 962.
[12] *Ibidem*, p. 962.
[13] B., „Din necazurile gazetăriei", în *Universul literar*, anul XXXI, nr. 16, 19 aprilie 1915, p. 5.
[14] *** „Atentatul contra d-lui Davila", în *Gazeta Transilvaniei*, anul LXXVIII, nr. 78, 11 (24) aprilie 1915, p. 2; *** „Starea d-lui Al. Davila", în *Gazeta Transilvaniei*, anul LXXVIII, nr. 153, 16 (29) iulie 1915, p. 3.

asasinat[15] era o personalitate a teatrului românesc din acea epocă[16]. Să revenim însă la textul din *Universul literar*, pentru a urmări *păţania* unui gazetar care s-a dovedit a fi prea grăbit atunci când a relatat cititorilor săi *împrejurările în care a fost comisă crima din strada Zorilor*:

„Este un confrate de la un ziar din Capitală. Articolul său, publicat în numărul 92, cu data de 6 aprilie, ediţia specială a acestui ziar, în ziua crimei şi când atentatorul nu era prins, poartă titlul: «Asasinarea lui Al. Davila» şi în primele rânduri ne aduce la cunoştinţă că d[omnul] Davila «a fost asasinat în apartamentul său din str. Zorilor», iar câteva rânduri mai jos ne vesteşte că d[omnul] Davila, care fusese asasinat, «a fost transportat în stare gravă la spitalul Colţea». Mai departe, ni se spune că «feciorul *dispărut*, mama lui şi şoferul au fost arestaţi şi trimişi la prefectura poliţiei». Este un record, desigur, să aduci la poliţie pe un fecior dispărut! Reporterul năzdrăvan de la zisul ziar ştia, cu 5 zile înainte de prinderea atentatorului, că acestuia «i se pătaseră manşetele de sânge». Groaznică este însă descrierea crimei. Reporterul ştia, în amănunţimi, toate gesturile criminalului: «Asasinul a desfăcut cureluşa pumnalului, l-a scos din tocul de piele şi, ascuzându-l sub haină, a intrat în birou». Ce s-a întâmplat în momentul când asasinul s-a apropiat de victima sa? Să vedeţi: «*Ucigaşul s-a apropiat de pat. Atunci, adormitul a făcut o uşoară mişcare... Să fi fost instinctul care l-a făcut să tresară la apropierea morţii?*» Dacă autorul reportajului n-a fost complice cu asasinul, apoi, desigur că este năzdrăvan”[17].

Mai sunt prezentate, apoi, şi alte exemple de întâmplări gazetăreşti în care au fost implicaţi *gazetari năzdrăvani*. Al doilea caz despre care se vorbeşte în textul urmărit de noi are legătură cu „afacerea Cătărău”[18]. Intenţia autorului este aceea de a arăta cum, uneori, gazetarii consumă, fără rost, foarte multă energie, pentru a căuta răspunsuri care se află tot timpul sub ochii lor:

„Era pe vremea afacerii Cătărău. În urmărirea presupusului atentator de la Dobriţin, sosiseră în Capitală mai mulţi reprezentanţi ai unor ziare din Budapesta. Cătărău, se aflase, plecase spre Ploieşti cu un automobil condus de un şofer anume Covaci. Un ziarist din Budapesta şi un confrate de la un ziar de dimineaţă au plecat, într-o zi, în căutarea lui Covaci, spre a-i lua un «interview». În acest scop, ei s-au suit într-un automobil din Piaţa Teatrului şi au plecat pe la diferite adrese, unde li se spusese că poate fi găsit şoferul Covaci. Cercetările, însă, au rămas infructuoase şi cei doi ziarişti s-au înapoiat, după patru ceasuri de umblet zadarnic, în Piaţa Teatrului. Acolo, când să plătească şoferului care-i purtase prin oraş, acesta, văzându-i contrariaţi, îi întreabă:

– Mă rog, domnilor, pe cine aţi căutat d[umnea]voastră şi nu l-aţi găsit?

– Pe un şofer anume Covaci, care a dus pe Cătărău la Ploieşti, – îi răspunde descurajat un confrate.

– Apoi, mă rog, Covaci sunt eu! – replică numaidecât şoferul!

Tablou!!”[19]

Al treilea caz la care se face referire în articolul publicat în *Universul literar* este cel al unui ziarist care, după ce a mers vreo două ore prin centrul Bucureştiului, pentru a descoperi unde avusese loc explozia despre care auzise de la niște trecători, a aflat de la un sergent că o explozie avusese loc chiar la ziarul la care el scria[20]. În ciuda întâmplărilor de

[15] Kiriak Napadarjan, „Cei 25”, în *Furnica*, anul XI, nr. 36, 28 aprilie 1915, p. 3; Contele de Tekirghiol, „Braşoave”, în *Furnica*, anul XI, nr. 39, 19 mai 1915, p. 8.
[16] Ion Marin Sadoveanu, „Alexandru Davila”, în *Gândirea*, anul IX, nr. 11, 1929, pp. 357-358.
[17] *Ibidem*, p. 5.
[18] *** „Bomba de la Dobriţin”, în *Gazeta Transilvaniei*, anul LXXVII, nr. 34, 13 (26) februarie 1914, pp. 1-2; *** „Bomba de la Dobriţin”, în *Gazeta Transilvaniei*, anul LXXVII, nr. 38, 18 februarie (3 martie) 1914, p. 2.
[19] B., „Din necazurile gazetăriei”..., p. 5.
[20] *Ibidem*, p. 5.

acest fel, Stelian Popescu, directorul ziarului *Universul*, spunea, în 1931, că ziaristul, în cele mai multe cazuri, nu abuzează de scrisul său, iar motivul e acela că, datorită felului în care e format intelectul său, el este capabil să facă *un autocontrol* asupra a ceea ce scrie[21].

3. Gazetarul și interesul național

Într-un articol din 1930, ce a fost publicat în *Universul literar,* la rubrica de *critică literară*, se arată că, la români, *ziaristul a fost mereu în fruntea marilor mișcări și curente, reprezentând, în acest sens, interesele naționale* [22]. Autorul textul menționat spune că ziaristul e „creator de curente şi de glorii", e „distrugător de fetiş", e „iubitor de larma luptei", e „avangarda tuturor bătăliilor ce se dau pentru cauzele mari", e „cel dintâi care se sacrifică" și e „cel din urmă care profită"[23]. Ziariștii sunt însă de două feluri: cei *de principii* și cei *profesioniști*.

Ziaristul de principii, spune autorul citat, *a fost cel mai de seamă educator al poporului român*. Relația *politicianului* cu *ziaristul de principii* era determinată de interesul celui dintâi, care, *după nevoie, îl ignora sau îl tămâia* pe cel din urmă[24]. În rândul *ziariștilor profesioniști* se găsesc gazetarul *neobosit* care aduce mereu *informaţia la timp*, *redactorul de editoriale* de la ziarele de partid, redactorul *de articole de polemică*, dar și „reporterul parlamentar, judiciar, de fapte diverse etc."[25]. În toate ramificațiile gazetăriei românești, subliniază autorul urmărit de noi, „de la primul redactor, secretarul de redacţie, reporterii sau redactorii diverselor rubrici de azi, ce merg de la modă până la sport, de la şah până la cronicile infinite ale actualităţii, sunt ziarişti care se ridică la înălţimea celor mai buni profesionişti de aiurea"[26]. Anii în care apărea articolul asupra căruia ne-am oprit în această parte a lucrării noastre aduceau însă o schimbare importantă în viața *ziaristului de principii*, al cărui loc din pagina de ziar era luat de *marele reportaj* și de *reclama comercială*[27].

4. Gazetar și scriitor

După unii autori, scriitorul e cel care, spre deosebire de gazetarul obișnuit, poate privi „actualitatea printr-o sensibilitate mai puţin superficială", e cel care poate supune „realitatea unei discipline de cugetare"[28]. Scriitorul încearcă zilnic să descifreze „o semnificaţie care trece peste efectul imediat" și interpretează „faptul divers puţin dincolo de orizontul unui succes de ediţie"[29]. Într-un articol publicat în noiembrie 1925, când ziarul *Cuvântul* sărbătorea împlinirea unui an de la prima apariție, Cezar Petrescu explica de ce era diferită *gazetăria interbelică* de cea care a precedat-o pe aceasta: „Viaţa, mai cu seamă după război, e atât de îngenunchiată de realităţi, rapidă şi tiranică, încât arar cineva i se poate sustrage, pentru un răgaz de lectură şi meditaţie. Frenezia epocii cere ziarului să suplinească pe cât cu putinţă cartea. Să ofere zilnic lectorului, concis şi urgent, micul cerc de adevăruri pozitive care ţin loc de cugetare proprie"[30]. Acesta fiind, de fapt, motivul pentru care intrarea *scriitorilor* într-o redacție de ziar era considerată de mulți dintre cei care formau breasla gazetarilor drept o *încercare riscantă*: „Imaginaţia cititorului se irită când îi aminteşti că înfăţişează o infimă şi provizorie realitate, dintr-un mare mister cosmic, că pământul e o picătură de noroi şi soarele un ghem de abur dintr-un infinit cu milioane de alte sisteme solare. Aceasta-i ofensează buna părere despre el însuşi. Se socoate ceva mai mult. Şi nu-i

[21] Stelian Popescu, *Predică în pustiu. Articole scrise în anii 1939-1941*, Editura ziarului „Universul", 1941, p. 410.
[22] Ion Foti, „Ziaristul, scriitorul şi anunţul", în *Universul literar*, anul XLVI, nr. 27, 29 iunie 1930, p. 426.
[23] *Ibidem*, p. 426.
[24] *Ibidem*, p. 426.
[25] *Ibidem*, p. 426.
[26] *Ibidem*, p. 426.
[27] *Ibidem*, p. 426.
[28] Cezar Petrescu, „«Scriitorii de la *Cuvântul*...»", în *Cuvântul*, anul II, nr. 301, 6 noiembrie 1925, p. 1.
[29] *Ibidem*, p. 1.
[30] *Ibidem*, p. 1.

satisface întru nimic gustul istoriilor scelerate, înăscut în om"[31]. Chiar şi cel mai *subtil* dintre *intelectuali*, spunea Cezar Petrescu, avea obiceiul de a urmări cu pasiune *aventurile banditului Tomescu*[32], pentru că până şi el *se regăseşte în crimă şi aventură, în instinctele prime din caverne, reportajul senzaţional având capacitatea de a satisface în orice cititor apetituri, transmise din epoca silexului, care somnolează*[33].

Nu erau puţini cei care susţineau că scriitorii privesc *prea mult în stele* şi că prezenţa lor în redacţii va transforma gazetăria în literatură[34]. Unele voci au început chiar să se întrebe dacă nu cumva gazetarul este şi el scriitor. Această *chestiune*, ce a fost adusă în atenţia cititorilor de mai multe publicaţii, deşi era, în opinia unor autori, *foarte simplă*, s-a dovedit a fi *iritantă pentru unii scriitori*[35]. În 1924, în *Universul literar*, era publicat articolul „Sunt scriitori ziariştii?". Înainte de a-şi face cunoscut punctul de vedere, autorul articolului citat ne spune că problema posibilei apartenenţe a gazetarului la tagma scriitorilor a fost *discutată mult timp şi în străinătate*, dar *nici acolo nu s-a găsit o soluţie care să fie acceptată de toată lumea ca bună*. Pentru a da un răspuns cât mai clar la întrebarea care joacă rolul de titlu al articolului său, autorul citat face apel la realităţile unei alte meserii, cea de fotograf:

„Sunt scriitori care pretind că ziariştii nu pot plăsmui opere durabile, după cum sunt şi ziarişti care susţin că scriitorii, dacă ar scrie zilnic şi grăbit ca ziariştii, n-ar mai putea spune cu dreptate că sunt scriitori. Problema s-ar rezolva, poate, mai cu uşurinţă dacă am stabili o analogie de împrejurări cu îndeletnicirea fotografică. Fotografii care prind sub obiectiv un instantaneu – vorbind de fotografii «à la minute» – sunt oare mai puţin fotografi decât aceia care fac din fotografie o adevărată artă? Fotografi sunt şi unii şi alţii. Deosebirea nu este decât în darul cu care l-a înzestrat natura pe fiecare. Unul e fotograf de talent; pe altul natura l-a dispensat de acest nimic atât de preţios. Tot astfel, ziaristul care din meşteşugul scrisului înţelege să facă artă nu va colora oare faptele sociale, ce cad sub obiectivul său critic, cu tonuri într-adevăr literare, fie ca să-şi impresioneze cititorii, dacă face reportaj de senzaţie, fie ca să-i convingă, dacă dă directive sau face apostolat?"[36]

Spre finalul textului, cititorului i se spune şi în ce condiţii poate fi considerat scriitor un gazetar: „Un scriitor ar putea să fie şi este chiar un bun ziarist dacă, pe lângă meşteşugul scrisului, mai are şi pătrunderea de spirit care, din înfăţişarea simplă a faptelor morale, îl face să desprindă legile, în puterea cărora aceste fapte se produc. Tot aşa, un ziarist ar putea să fie şi este un bun scriitor dacă, pe lângă spiritul său critic, mai stăpâneşte şi arta şi opiniile în scrisul său cotidian"[37]. Un alt autor spune însă că este *scriitor*[38] acel *ziarist care apără interesele obşteşti*[39]. Opinii referitoare la această chestiune găsim şi la Mihail Sebastian:

„Alăturarea acestor două noţiuni [gazetărie şi literatură] a fost deseori un subiect de discuţie principială. Nu cumva gazetăria uzează scrisul şi îl reduce la clişeu? Nu anulează deci experienţa literară şi o trivializează? Cred că nu. În realitate, gazetăria nu e decât o disciplină mai mult. Nu poate distruge decât ceea ce este oricum caduc într-o operă: stilul. Scrisul frumos. În schimbul acestui serviciu de simplificare – primejdioasă numai pentru scriitorii debili, fără răsuflu şi fără resurse – gazetăria oferă un contact direct, amplu şi ascuţit

[31] *Ibidem*, p. 1.
[32] Alexandru Hodoş, „Doi luptători pentru libertate", în *Ţara noastră*, anul VI, nr. 29, 19 iulie 1925, pp. 922-924;
*** „Banditul Munteanu a fost împuşcat. Tomescu a reuşit să scape rănit", în *Gazeta Transilvaniei*, anul LXXXVIII, nr. 82, 15 august 1925, p. 4.
[33] Cezar Petrescu, „«Scriitorii de la *Cuvântul*...»"..., p. 1.
[34] *Ibidem*, p. 1.
[35] Leontin Iliescu, „Sunt scriitori ziariştii?", în *Universul literar*, anul XL, nr. 40, 5 octombrie 1924, p. 2.
[36] *Ibidem*, p. 2.
[37] *Ibidem*, p. 2.
[38] G. Niculescu-Varone, „Scriitorul", în *Universul literar*, nr. 50, Anul XL, 14 decembrie 1924, p. 2.
[39] A se vedea şi Fănel Teodoraşcu, *Arta gazetărească. Trei ipostaze*, Galaţi, Zigotto, 2014, pp. 82-83.

cu viaţa, cotidianul şi psihologia. În altă parte stă primejdia. O primejdie reală, tristă, ameninţătoare”[40].

Primejdia la care Mihail Sebastian face referire este reprezentată de faptul că *gazetăria îl obligă pe gazetar să mintă*:

„Trăind de la zi la zi, neavând altă perspectivă decât a actualului, aservită faptului mărunt şi personajului de moment, ea [gazetăria] nu are o morală a ei. Sau poate că o «morală a ei» are; numai că această morală nu trebuie să fie a noastră. Cred cu îndârjire şi cu orgoliu, că un om corupt nu poate fi un creator. Şi nimic nu corupe mai dezastruos, mai profund şi mai puternic decât minciuna. Nici crima, nici furtul, nici marea excrocherie. Minciuna mică, necuragioasă, fără iniţiativă, fără răspundere. Minciuna care laudă pe un ministru imbecil şi lansează o piesă ridiculă, aplaudă un discurs prost şi admiră o pictură ordinară. De la minciună mai departe, gazeta ucide pe artist. Fiindcă îi suprimă poziţia sufletească şi etica”[41].

Imediat ce *punctele de orientare morală sunt distruse,* mai spune Mihail Sebastian, ceea ce cândva era *talent* devine o *plicticoasă tehnică exterioară.*

La începutul lui 1935, în *Gazeta Transilvaniei*, era publicat articolul „Ziarist şi scriitor”. Textul este unul valoros, nu doar pentru modul în care a fost organizat şi scris, ci şi pentru ideile pe care le conține. Autorul începe acest articol arătând prin ce se diferențiază gazetarul de scriitor. Aşadar, în timp ce îndeletnicirea celui dintâi reprezintă, în cele mai multe cazuri, *sursa de existenţă cotidiană*, îndeletnicirea celui din urmă ia naştere din nevoia *de a scrie pentru posteritate*. Cu toate acestea, atât ziaristul, cât şi scriitorul sunt, spune acelaşi autor, *mânuitori ai condeiului.* Altfel spus*, ambii au aceeaşi ocupaţie*. Ziaristul şi scriitorul sunt, deci, *fraţi de meserie*. În ciuda acestui fapt, unii scriitori cred că ziariștii le sunt inferiori, pentru că ceea ce scriu aceştia nu ar reprezenta rezultatul unei minuțioase munci intelectuale zilnice:

„E mult mai dificil a găsi fără multă ezitare nota justă şi forma cea mai adecvată momentului, pentru a fixa pe hârtie un eveniment ce se produce, decât atunci când scrii la întâmplare şi cu răgaz. Scrisul cotidian profesional e o artă tot aşa de consacrată ca şi scrisul pe îndelete şi ocazional al scriitorului. Ziaristul scrie din nevoia momentului, – produce sub impresiunea întâmplării –, creează, deci, arta cuvântului de o clipă, sau mai bine zis, este reflexul fidel a tot ce e ritm fugar, efemer. Opera lui sunt fluturi de o zi ce-şi iau zborul cu puterea de-a îndruma, influenţa gândirea şi acţiunea chiar a scriitorului. Dacă scriitorul poate stabili principii, ce au să dureze, având răgazul de a revedea şi retuşa ceea ce a scris, de două, de nouă ori, e natural ca ziaristul să fie niţel mai superficial, cel puţin în aparenţă. Scrisul ziaristului nu rămâne în sertar nici şase ore, el îşi ia drumul spre redacţie şi de acolo în tiparniţă spre a fi cules”[42].

Ziaristul şi scriitorul au însă ceva în comun, se mai arată în text, ceva care îi apropie şi îi face să fie conştiinţa neamului lor: *idealul*. Ambii trebuie „să propage marile îndatoriri ale omului”, „să-şi facă un apostolat din adevăr”, „să fie deasupra vremii lor, inspirând taina marilor virtuţi” şi „făcând să apară în scrisul lor icoana unor vremuri mai bune”. Unul slujeşte „frumosul prin adevăr”, iar „celălalt cultivă adevărul prin frumos”[43]. Ambii au obligația morală de a urmări cu vigilență evenimentele ce ar putea avea un impact negativ asupra întregii țări. Ei trebuie să comenteze faptele și să le dea interpretarea corectă. Ei trebuie să fie groparii concepțiilor învechite și creatorii ideilor noi, de care țara are nevoie pentru a se putea dezvolta:

[40] Mihail Sebastian, „Povestea vorbii. Între gazetărie şi literatură”, în *Contimporanul*, anul VIII, nr. 85, 10 noiembrie 1929, p. 4.
[41] *Ibidem*, p. 4.
[42] Aurel V. Navrea, „Ziarist şi scriitor”, în *Gazeta Transilvaniei*, anul al XCVIII-lea, nr. 16, Braşov, 24 februarie 1935, p. 2.
[43] *Ibidem*, p. 2.

„Scriitorul şi ziaristul sunt datori a avea ochi de Argus, pentru a înregistra fapte şi comenta evenimente, trebuie să-şi aplece urechea la glasul elocvent al întâmplărilor, pentru ca, din datorie faţă de neam şi patrie, să întrezărească ce se încheagă după perdeaua trasă a viitorului. Îndrumarea unei naţiuni pe calea progresului depinde, într-o largă măsură, de aceştia. Ei sunt – vorba nu-mi aparţine – cioclii vremilor vechi şi mamoşii vremilor noi. Deschiderea noilor orizonturi pe drumul întortochiat al umanităţii spre necunoscutul apropiat, trasând puntea de unire între prezent şi viitor, lor le revine”[44].

Rolul pe care cei doi îl au în societate este însemnat. Ambii îi *biciuiesc* pe *ticăloşi* şi îi *venerează* pe *eroi* şi pe *virtuoşi*. Există o legătură strânsă între *progresul cultural* al unui popor şi numărul *dibacilor mânuitori ai condeiului*. Ziaristul şi scriitorul luptă, fiecare cu propriile arme, în sensul creării *conştiinţei naţionale*: „Ziaristul e intuitiv, el vede şi distinge tot, mult mai repede decât ceilalţi oameni. Scriitorul reprezintă sufletul şi aspiraţiile culturale şi naţionale ale poporului căruia [îi] aparţine. [...] Pentru ei, arta, din care unul îşi face o profesie, iar celălalt o îndeletnicire sacră, e un templu în care se oficiază fără jertfe materiale sau grijă de ce vor zice unii. Ei creează dintr-o necesitate internă şi din patima pentru bine, care-i mistuie până la moarte”[45]. Spre finalul articolului, autorul arată că între ziarist şi scriitor există *o singură deosebire*: „Unul slujeşte templul căruia şi-a închinat viaţa într-o formă mai puţin perfectă, iar celălalt după tot ritualul”[46]. Acelaşi autor precizează însă că *briliantul e tot briliant şi dacă e fixat într-o montură de fier*.

5. Articolul de ziar, fapt literar (În loc de încheiere)

Într-un articol din *Contimporanul*, ce a apărut pe la sfârşitul anului 1926, se arată că *stilul, ideile induse şi originalitatea expunerii pot face ca un articol de ziar să devină un fapt literar*. În textul citat se mai arată şi că limita de demarcaţie dintre ziaristica efemeră şi eseul durabil nu e tocmai clară. Tot aici se spune şi că, în presa acelor ani, *unui reporter nu i se cereau alte însuşiri decât cele cerute unui romancier, pe care trebuia să-l egaleze atât în privinţa fanteziei, cât şi în privinţa simţului de observaţie*[47]. Într-un articol din *Gândirea*, ce a apărut în 1939, Nichifor Crainic arăta că *universitarii, care considerau că ziaristica e o meserie uşoară şi superficială, aveau, de obicei, repulsie faţă de ziarişti*. Printre motivele care stăteau la baza existenţei acestei situaţii ar fi putut fi şi faptul că, mai arăta aceeaşi sursă, ziaristul nu utiliza *aparatul citatelor*:

„Totuşi, ziaristica are unele puncte de contact chiar cu profesorul superior. Ea informează şi iniţiază publicul mare în problemele şi în spiritul timpului, tot aşa cum profesorii informează şi iniţiază pe studenţi în problemele trecutului sau în chestiunile permanente ale sufletului. În aceste sarcini atât de similare, profesorul are la îndemână biblioteca, pe când ziaristul, surprins mai întotdeauna de inedit, e nevoit să recurgă în primul rând la resursele proprii de inteligenţă şi de talent. Din această pricină, mulţi profesori nu sunt ziarişti şi mulţi ziarişti nu sunt profesori. Uneori se întâmplă ca însuşirile deosebite pe care le cer aceste două îndeletniciri, să se confunde în aceeaşi personalitate, câştigând astfel şi catedra şi ziaristica. Şi precum profesorul de vocaţie creează o mentalitate colectivă, tot astfel, cu mai multe posibilităţi chiar, ziaristul de vocaţie. Viaţa înfăţişează uneori jocuri de acestea curioase, când un ziarist dispreţuit de contemporanii săi universitari ajunge obiect de studii savante pentru universitarii următori. Asemenea cazuri sunt de natură să degajeze oarecare concluziuni de prudenţă în ce priveşte înalta gratificaţie de dispreţ faţă de ziarişti”[48].

Într-un alt text din *Gândire*a, ce a fost publicat în 1941, se arată că *gazetăria e superficială, doar dacă e superficial făcută*:

[44] *Ibidem*, p. 2.
[45] *Ibidem*, p. 2.
[46] *Ibidem*, p. 2.
[47] I. V., „Jurnalist şi romancier”, în *Contimporanul*, anul V, nr. 70, noiembrie 1926, p. 9.
[48] Nichifor Crainic, „Un mare ziarist: P.P. Negulescu”, în *Gândirea*, anul XVIII, nr. 2, februarie 1939, p. 110.

„Deşi aceste adevăruri par evidente, e necesar să fie spuse, deoarece mai există o prejudecată, care priveşte cu dispreţ gazetăria şi genurile ei. Un intelectual inteligent nu va putea stigmatiza un gen, principal, fiindcă ştie că toate genurile sunt valabile în mod egal. Gazetăria nu e superficială decât dacă e superficial făcută, nicidecum însă fiindcă aşa vrem noi să o vedem. Şi, începând cu secolul XIX, gazetăria, afară de marile opere cărora le-a dat ocazia, dintre care nu vreau să amintesc decât gazetăria lui Eminescu – ce mare operă de gândire politică! –, şi-a impus genuri, forme şi legi multor mari scriitori. Superficialitatea, pe care unii vor s-o atribuie exclusiv gazetăriei, poate fi tot atât de bine atribuită şi unui filosof sau poet şi, de multe ori, un articol sau un reportaj sunt mai adânci şi mai pline de consecinţe decât un volum compact de filosofie sau decât o lungă elegie”[49].

După autorul citat, într-un timp nu prea îndepărtat, *istoricii literari*, care până la acea dată nu s-au dovedit a fi curajoşi, vor *lărgi cîmpul cercetării lor*, în aşa fel încât acesta să cuprindă şi *gazetăria*. În felul acesta, istoricii literari vor putea *lua act de genurile gazetăriei, care se impun cu necesitate*[50].

BIBLIOGRAPHY

A)

B., „Din necazurile gazetăriei”, în *Universul literar*, anul XXXI, nr. 16, 19 aprilie 1915;

Crainic, Nichifor, „Un mare ziarist: P.P. Negulescu”, în *Gândirea*, anul XVIII, nr. 2, februarie 1939;

Foti, Ion, „Ziaristul, scriitorul şi anunţul”, în *Universul literar*, anul XLVI, nr. 27, 29 iunie 1930;

Hodoş, Alexandru, „Școala gazetarilor”, în *Țara noastră*, anul IX, nr. 30, 22 iulie 1928;

I. V., „Jurnalist şi romancier”, în *Contimporanul*, anul V, nr. 70, noiembrie 1926;

Iliescu, Leontin, „Sunt scriitori ziarişti?”, în *Universul literar*, anul XL, nr. 40, 5 octombrie 1924;

Navrea, Aurel V., „Ziarist şi scriitor”, în *Gazeta Transilvaniei*, anul al XCVIII-lea, nr. 16, Braşov, 24 februarie 1935;

Niculescu-Varone, G., „Scriitorul”, în *Universul literar*, nr. 50, Anul XL, 14 decembrie 1924;

Petrescu, Cezar, „«Scriitorii de la *Cuvântul*...»”, în *Cuvântul*, anul II, nr. 301, 6 noiembrie 1925;

Popescu, Stelian, *Predică în pustiu. Articole scrise în anii 1939-1941*, Editura ziarului „Universul”, 1941;

Sebastian, Mihail, „Povestea vorbii. Între gazetărie şi literatură”, în *Contimporanul*, anul VIII, nr. 85, 10 noiembrie 1929;

Şuluţiu, Octav, „Cronica literară”, în *Gândirea*, anul XX, nr. 7, septembrie 1941.

B)

Teodoraşcu, Fănel, *Arta gazetărească. Trei ipostaze*, Galaţi, Zigotto, 2014;

Teodoraşcu, Fănel, *Pamfil Şeicaru*, Bucureşti, Ars Docendi, 2014;

Teodoraşcu, Fănel, „Jurnalismul la români – câteva aspecte”, în *Limba Română*, anul XXVIII, nr. 5-6 (247-248), 2018, Chișinău;

Arhiva publicației *Furnica* pe anul 1915;

[49] Octav Şuluţiu, „Cronica literară”, în *Gândirea*, anul XX, nr. 7, septembrie 1941, p. 393.
[50] Ibidem, pp. 393-394.

Arhiva publicației *Gazeta Transilvaniei* pe anii 1914, 1915, 1925;
Arhiva publicației *Gândirea* pe anul 1929;
Arhiva publicației *Țara noastră* pe anii 1925, 1926.

SPORTS AND LITERATURE, ALLEGORIES OF LIFE (AN INTERDISCIPLINARY APPROACH)

Denisa Elena Petrehuş
Lecturer, PhD, "Babeş-Bolyai" University of Cluj-Napoca

Abstract: Sport has its legends and heroes. Nowadays we talk more and more about the wide implications of humanities in various domains such as ethics, philosophy, sociology, psychology. But when we talk about literature and the classic topics that it used to approach, sport is regarded not only as a dynamic issue, but also as a very novel one. Consequently, writers could not resist the temptation and stepped in its realm confidently and successfully.
Our approach tackles one of the very young and unexplored aspects concerning the relation between sport and literature, how legends and heroes are born....
Can sport penetrate literature? To what extent does literature allow its influence?
However, at a first retrospection, it seems that the personalities of educated people and writers, who did not ignore sport, reprove and contaminate us... Pythagoras had won a pugilism event. Plato had competed in wrestling during the games of Isthmus and Nemesis. Sophocles could be found in the palaestras of Athens. Euripides and Chrisippos had won prizes at different contests during the sacred games. The poet Timocreon of Rhode-island used to be a famous athlete....and the list could go on with Tolstoi, Shaw, and Giradoux... Many writers in the universal literature (beginning with Homer and continuing with Hemingway, London, Vaillant and so on) found inspiration in sport, wrote about victories and failures, hopes and disappointments, which comes to prove that basically the idea of writing "sport literature" is not precisely an absurdity and an extravagance....
After all…what do we love in sport?

Keywords: sports, literature, legends, herous

MOTTO:

„Numai Omul poate să facă dintr-o alergare o operă de artă"
(Jan Parandowski, *Discul olimpic*)

Sportul - dincolo de stadiul de alegorie a vieţii, pretinde statutul de fapt de viaţă. Despre sport s-a scris şi se va scrie mult timp de acum încolo. O lume întreagă pedagogi, medici, filosofi, literaţi, oameni politici au luptat şi au scris pentru triumful sportului. Din Elada armoniilor şi a perfecţiunilor şi până în zilele noastre totul este *spectacol sportiv*, unde trebuie să învingă prezenţa de spirit, exerciţiul inteligenţei şi disciplinarea voinţei. Încă de la începutul civilizaţiei, exerciţiul fizic a fost sâmbure al creaţiei artistice. „De la Homer până la Tolstoi senzaţia vieţii active fizice a constituit punctul de plecare al literaturii şi aruncarea discului sau alergările de cai sunt două împrejurări în care cititorul prinde mai bine jocul eternelor pasiuni umane" afirma George Călinescu.[1]

Sportul este creator de emoţie şi frumuseţe. Sportul îşi are legendele şi Eroii săi. Se vorbeşte tot mai mult despre amplele implicaţii umaniste pe teme dintre cele mai variate: etică, filosofie, sociologie, psihologie. În ceea ce priveşte literatura, pe lângă temele clasice

[1] Bănciulescu, V, Ludu, V. (1987) – Sport şi artă, Editura Sport-Turism, Bucureşti, p.23

abordate de aceasta, sportul apare ca fiind o temă pe cât de dinamică, pe atât de inedită. Prin urmare, nu se putea ca scriitorii să nu păşească spre ea cu încredere în reuşită. În demersul nostru ne-am propus să atingem unul dintre aspectele puţin abordate şi aprofundate privind relaţia dintre sport şi literatură, despre cum se nasc legende şi Eroi.

Poate sportul să pătrundă în literatură? În ce măsură literatura se lasă influenţată de sport?

Sportul şi literatura contribuie la formarea şi dezvoltarea personalităţii, născându-se din acelaşi izvor, care se numeşte timp liber. Este extrem de sugestiv faptul că grecii foloseau acelaşi cuvânt pentru a denumi răgazul, şcoala şi educaţia. Sportul poate exprima toate sentimentele, emoţiile umane, tot aşa cum literatura şi artele - în general - exprimă sentimentele şi emoţiile cititorului sau ale spectatorului.

Criticii literari se întreabă cu uimire: Cum a reuşit subiectul sportiv să fie atât de prezent în marile opere ale antichităţii? De altfel, întreaga literatură clasică este un lung şir de evenimente şi virtuţi sportive. *Homer* este întâiul cronicar al Jocurilor Olimpice, vigilent şi tributar realităţilor observate.

El a fost primul reporter, primul "trimis special" la o mare sărbătoare a trupului… Tot Homer este în acelaşi timp cel dintâi şi cel mai mare poet al Europei. O primă privire fugară despre organizarea jocurilor atletice la greci ne este dată în Cartea a 23-a a Iliadei, în care Homer ne aduce o mărturie despre jocurile funerare organizate de Achille pentru prietenul său, Patrokle, care a fost ucis în războiul troian. Iliada şi Odissea reuşesc să ne fascineze şi astăzi, după 3000 de ani.…[2]

Chiar şi fără «ProSport» sau «Gazeta Sporturilor», grecii antici îşi onorau şi chiar îşi «marcau» eroii, atleţii. Inainte de sec V î.Ch. victoriile cucerite de atleţi erau puternic sărbătorite. Poeţii erau deseori puşi să celebreze aceste victorii în odele lor, iar sculptorii erau angajaţi să redea înfăţişarea

atletului victorios. «Onorat ca un atlet» se spunea în Elada când era vorba despre un «superstar»... De fapt, se poate afirma că sportul a fost descoperit de către greci… Faimosul poet grec *Pindar* a scris o odă pentru a celebra victoria lui Hiero într-o cursă de cai din Olympia. Odele erau în mod frecvent comandate de către atlet, de familia lui sau de un om politic bogat pentru a sărbători într-un mod original o victorie atletică sau chiar hipică. Pindar cântă în EPINIKIILE sale frumuseţea întrecerii atletice disputate sub ochii săi. Acelaşi lucru îl va face şi Giradoux peste 25 de secole – descriind Parisul celei de - a 8-a Olimpiade moderne.[3] Din numeroasele ode pindariene ne-au mai rămas 14 olympice, 12 pythice, 11 nemice, 8 isthmice. Cele mai multe sunt închinate învingătorilor la cursele de care, ceea ce a dus la suspiciunea că el ar fi fost un «poet de curte». Despre importanţa «imortalizării» victoriei vorbeşte chiar el în *Nemeice* (VII, 11-12) : «Cele mai strălucite fapte, dacă nu sunt cântate de imnuri, în adânc întuneric se afundă».

Bacchylide, Heliodor, Simonide, Epictet, Platon, Horaţiu – nume care nu pot lipsi azi din nici o enciclopedie – şi-au lăsat amprenta în literatura universală şi prin abordarea subiectului sportiv.

De ce s-au inspirat şi ei din sport? Pentru că toţi trăiau într-un mediu în care «cultivarea corpului» prin exerciţii, prin ceea ce noi numin azi generic sport, era o îndeletnicire fundamental asumată.

Cea mai veche mărturie europeană despre existenţa unui precursor al fotbalului datează din sec. VII î.Ch. pe coasta Dalmaţiei. Prin anul 850 î. Ch. grecii practicau nu mai

[2] Bonifaciu, S. (1990) – Sportul în literatură. Editura Sport – Turism, Bucureşti, p.1
[3] Fink, Gerhard (2002) – Grecia antică, Editura Enciclopedia RAO, Bucureşti, p.45

puţin de 4 jocuri cu mingi de diferite mărimi (episkiros, aporaxis, fenindes, urania). Jocul cu mingea este evocat şi de către Homer în Odiseea. De prin anul 300 î.Ch. datează mărturii despre practicarea unui joc asemănător cu fotbalul pe teritoriul coloniilor greceşti.[4]

Competenţa sportivă a fost, fără îndoială, descoperită de greci; ei o numeau *agon*, pentru care stabileau reguli stricte şi alcătuiau liste de învingători.[5] Ei doreau să ştie nu numai cine era cel mai bun la lupte, box, aruncarea lăncii, a discului etc. Şi poeţii, cântăreţii sau muzicienii participau la concursuri. Despre acest fapt ne aduce aminte şi Friedrich Schiller în *Cocorii lui Ibykus:*« Spre înfruntări de care şi balade, pe greci unindu-i în bucurie/ într-al Corintului istm, porni Ibykus, prietenul zeilor». Nu întâmplător, începând din 1912 şi până în 1948 s-au organizat Concursurile Olimpice de Artă. La prima ediţie a participat Pierre de Coubertin însuşi, părintele Jocurilor Olimpice moderne şi creatorul Concursurilor Olimpice de Artă - cu «Odă sportului». Un îndemn pentru a scrie literatură au fost şi aceste întreceri olimpice. Au cucerit medalii olimpice pentru literatură polonezul Wierzynski, italianul Bruno Fattori, germanul Paul Bauer şi mulţi alţii.

In numeroase ţări se organizează chiar concursuri pentru cea mai bună carte de literatură sportivă, aceasta fiind tradusă în mai multe limbi. Aşa este, de exemplu, cartea lui Franco Ciampitti, «Novantessimo minuto».

Datorită faptului că în Evul Mediu corpul era considerat doar «mormântul sufletului», educaţia fizică le părea stăpânilor doar o practică păgână.[6] Dar moştenirea greacă nu a fost uitată. Pofta contagioasă de joc şi competiţie a grecilor a fost transmisă peste generaţii, dar, în acelaşi timp, şi obişnuinţa jocului, a distracţiei (să nu uităm că *desportare - a se distra* se spune că stă la baza cuvântului *sport*). Aşadar, sportul a inspirat foarte puţin literatura medievală. Epopeea eroică germană *Cântecul Nibelungilor* conţine multe scene sportive. Brunhilda se întrece cu nevăzutul Siegfried la aruncarea suliţei, a greutăţii, la alergare etc. Dante Alighieri, în *Divina Commedia,* nu se sfieşte să folosească metafore şahiste. Rabelais rezervă 3 capitole din *Gargantua* (XIV-XVII) jocurilor vremii, de la gimnastică la înot şi de la aruncarea suliţei la haltere. Surprinzător sau nu, dar în 21 dintre 34 de opere dramatice ale lui Wiliam Shakespeare referinţele sportive ocupă un loc aparte. Se poate face chiar o listă cu disciplinele sportive întâlnite: lupte în *Cum vă place,* scrimă în *Hamlet, Romeo şi Julieta,* natatie în *Julius Cesar*, fotbal în *Regele Lear* etc. Se poate constata că în secolul al XVII-lea şi al XVIII-lea trupul – ca energie şi funcţie motrice, a fost aproape absent din preocupările scriitorilor. Secolele următoare vor aduce însă o altă situaţie. Fenomen social incontestabil, parte a realităţii cotidiene, sportul avea să devină subiect de literatură.

George Călinescu – pe vremuri autor de cronici sportive în „Adevărul literar şi artistic", susţine că „sportul, care este pasiune prin puterea sa de contaminare totală, geografic vorbind – modernă, poate fi substanţă de roman." De altfel, mulţi scriitori au întărit acest adevăr şi l-au valorificat. Unii critici literari vorbesc chiar de o „poezie sportivă". Lecţia lui Pindar, de care am amintit înainte, nu a fost uitată. Marile competiţii au dat naştere epopeilor sportului. De ce? Simpla performanţă sportivă nu mai e suficientă, ea simte nevoia celebrării. *Astfel, sportul se transformă în poezie.* Spaniolul Rafael Alberti îi cântă pe fotbalişti şi înotătoare; elveţianul Hermann Hesse versifică schiul; italianul Umberto Saba scrie „5 poezii despre jocul cu mingea". Dar sunt şi poeţi care nu s-au putut sustrage farmecului antichităţii şi care au găsit în exemplele de odinioară nu numai prilej de evocare artistică, ci şi ocazia unei lecţii de morală sportivă. Prima operă de acest fel apare în 1920 la Paris, având titlul *Menetes Tebanul* şi a fost scrisă de Maurice Huet. Cartea a fost dedicată lui Pierre de Coubertin, „În semn de admiraţie pentru marea sa operă olimpică." Din păcate, acest subietct

[4] Idem, p.60
[5] Aacken, Ernst (1993) - Programmiert für 100 Lebensjahre, Meyer& Meyer Verlag, Aachen,p.87
[6] Leis, Mario (2003) – Sport, eine kleine Geschichte, Reclam Verlag, Leipzig,p.67

nu a pătruns la fel de puternic şi în lirica românească. Poeţii noştri au rămas probabil mai „insensibili" la lirica efortului şi la eroii arenei. Probabil că ei ar fi trebuit să urce în tribune, iar apoi să coboare pe stadioane şi să dervină ei înşişi eroi ai întrecerii sportive pentru a putea scrie adevărata poezie sportivă. Şi totuşi, am putea să îi amintim aici pe Ion Minulescu cu „Romanţa iahturilor" sau pe Ionel Teodoreanu cu „Patinele golanului". Miron Radu Paraschivescu are chiar o poezie cu titlul „Olimpiadă", în care se întreabă:"Ce sunt sportivii?". Şi tot el îşi răspunde:"Tineri, potop multiplicat în inşi / ce nu cunosc nici bezna, nici ţărâna".[7] Altădată un simbol, o metaforă, sportul devine de la sine în poezia anilor 1960-1970 o căutare şi o împlinire. L-a îndrăgit Dan Deşliu, l-a omagiat Alexandru Andriţoiu, s-a lăsat sedus de puritatea sa Eugen Barbu. Privită cu o oarecare curiozitate, dar şi mirare şi superioritate, acest tip de poezie rămâne totuşi un capitol original în literatură. Aceste poezii sunt ecouri multiplicate în vers şi metaforă, sau cum le-ar numi Montherlant „poeme scrijelate cu pana în nisipul fierbinte al arenei"....

Dar altfel stau lucrurile în ceea ce priveşte *proza.* Temelor clasice – dragoste, artă, război, natură, moarte - li se adaugă o alta nouă, generoasă, vitală, care este mişcarea, sportul şi tot ceea ce ţine de acesta. Sportul este un mod de cunoaştere care ispiteşte şi răsplăteşte. Avem scriitori care au îndrăgit sportul şi care au scris despre el cu pasiune. De exemplu, Mihail Sadoveanu şi Demostene Botez au scris despre oină; Tudor Arghezi şi Ionel Teodoreanu despre box, tenis şi patinaj; Eugen Barbu despre fotbal...., iar lista ar putea continua. Filosoful olandez Johan Huizinga afirmase în *Homo ludens* că tot ce este în preajma noastră –artă, meşteşuguri, ştiinţă, tehnică - toate îşi au rădăcina în joc, omul fiind dintotdeauna *fiinţa care se joacă*.[8] Tot aşa s-ar putea explica probabil şi diversitatea jocurilor sportive, aproape fiecare popor având jocurile sale străvechi şi jocurile sale preferate. Tot aşa există foarte mulţi scriitori care au scris despre sporturile lor preferate: eroina din povestirea lui Radu Boureanu „Mahalaua patinează" „aleargă pe lac ca o zeitate păgână, cu aripi invizibile la glezne"; Giuseppe Brunamontini în nuvela sa „O fată m-a făcut să alerg" afirmă:"o fată care face sport are parcă ceva în plus, în afară de muşchii pe care eu nu-i am, cel puţin nu tot atât de antrenaţi"; Eugen Barbu avea să dedice un întreg roman sportului-Rege, fotbalul, dând şi un titlu semnificativ cărţii sale: *Unsprezece*; J.Koniusz în „Alergarea de la Maraton la Atena" afirmă că „sportul fără spectatori nu face două parale. Nu mai e distracţie!"; Demostene Botez dă chiar o definiţie schiului, spunând că este „un sport nu numai al muşchilor şi al trupului, ci şi al voinţei şi al spiritului, care te face stăpân peste înălţimi şi-ţi dă mândrie de vultur".[9]

Până acum am prezentat scriitori care s-au inspirat din emoţiile sportive trăite de ei sau de alţii şi pe care le-au adus în faţa cititorului cu intenţia de a imortaliza bucuria victoriei sau lacrima eşecului. Dar există şi situaţii în care scriitorii coboară ei înşişi în arenă, devenind astfel actori principali în spectacolul sportiv. De altfel, la o primă retrospectivă, personalităţile oamenilor de cultură, ale scriitorilor care nu au ignorat sportul par să ne mustre şi să ne contamineze.... *Pitagora* câştigase o probă de pugilat. *Platon* concurase la lupte în jocurile istmice şi nemeice. *Sofocle* putea fi găsit în palestrele din Atena. *Euripide şi Chrisippos* luaseră premii la concursurile din timpurile jocurilor sacre. Poetul *Timocreon din Rhodos* era un atlet faimos....şi lista ar putea fi completată cu Tolstoi, Shaw, Giradoux.... Un mare număr de scriitori din literatura universală (începând de la Homer, continuând cu Hemingway, London, Vaillant, etc) s-au inspirat din sport, au scris despre victorii şi eşecuri, speranţe şi dezamăgiri, ceea ce ne dovedeşte în fond că ideea de a scrie „literatură sportivă" nu este chiar o absurdidate şi un act de extravaganţă.....

[7] Bonifaciu, S. (1990) – Sportul în literatură. Editura Sport – Turism, Bucureşti, p.56
[8] Huizinga, Johan (1998) – Homo ludens, Editura Humanitas, Bucureşti, p.76
[9] Idem, p.27

Un desen de epocă ni-l prezintă pe Goethe în plin avânt sportiv, patinând pe podul de pe Main; o gravură a vremii ni-l arată pe Byron luând lecţii de box; Henry de Montherlant a jucat fotbal şi a practicat atletismul. Astăzi, pentru a putea scrie despre sport se cere o cunoaştere temeinică dinăuntru şi o participare din exterior a literaturii. Scriitorul, prin talentul său, opreşte „clipa" victoriei, o face eternă cu ajutorul Cuvântului. Acest lucru îl simţim şi în celebrele biografii (articole sau cărţi) făcute de scriitorii sau conicarii sportivi. Se cuvine să o amintim aici pe Cella Delavrancea, care în „Alegoria patosului" o defineşte pe Nadia Comăneci astfel:"Nadia zbura de pe dunga de 10 centimetri înălţată sus, deasupra pământului, desena în aer epure geometrice cu exactitate muzicală, izbutind cu graţia ei patetică cele mai îndrăzneţe expresii ale temerităţii", pentru care era răsplătită cu o „adevărată Niagară de aplauze". Ion Chirilă ne prezintă în cartea sa

Ar fi fost prea frumos un inspirat „joc de mingi" între Ion Ţiriac şi Ilie Năstase, întâmplările de aur ale acestui sport în care nu am fi îndrăznit probabil să visăm la victorii aşa de strălucite. Iar această carte s-a născut desigur din dragostea lui Chirilă pentru tenis şi din admiraţia pentru eroii săi. Pe lângă *biografii*, există şi memorabile *autobiografii.* Se cuvine să amintim aici autobiografiile lui Iuri Vlasov, a Liei Manoliu, a lui J. Vuarnet, ba chiar şi versurile semnate de Guilermo Vilas sau

Cassius Clay.

Pe de altă parte, profitând de extinderea culiselor vieţii sportive şi transformând spectacolul de stadion într-o metaforă a vieţii cu întortocheate căi, unii autori moderni au abordat chiar *literatura poliţistă cu subiect sportiv* (Conan Doyle, creatorul seriei lui Sherlock Holmes, face nu mai puţin de 150 de referinţe la sport). O altă subcategorie ar *fi literatura sportivă pentru copii.*(Tudor Arghezi scrie *Sporturile copiilor*, o plachetă cu 10 catrene pentru cei mici).

Sportul nu are nu numai spectatori, ci şi însoţitori activi, pasionaţi, care poartă diferite nume: *suporteri* în România sau *fans* în Anglia. Din momentul în care s-a constituit ca spectacol, sportul a început să semene tot mai mult cu *teatrul.* Deşi cu acte (reprize) mai riguros respectate, sportul se caracterizează prin improvizaţie şi neprevăzut. Camil Petrescu în eseul său „Sportul şi teatrul" aduce în discuţie această paralelă între sport şi teatru, concluzionând: "În sport totul e devenire. Nimeni nu poate prevedea nimic. Întâmplarea e unică. Ea nu se desfăşoară după indicaţiile unui text." [10]Chiar Shakespeare are un număr mare de piese de teatru în care nu neglijează sportul. Avem şi actori care au făcut sport: Silviu Stănculescu a făcut atletism; Mircea Albulescu a fost alergător la proba de 110 metri garduri; Carmen Stănescu a făcut tir; Ştefan Tapalagă- floretă. El declara într-un interviu: „Sportul este un izvor din care actorii sorb apa vie care le dă nebănuite puteri pe scenă". Aşadar, teatrul cere rezistenţă, sănătate, efort continuu – la fel ca şi sportul.

Nu putem să nu îl amintim în demersul nostru şi pe poetul Adrian Păunescu, care a pătruns temerar şi polemic în arena scrisului sportiv, semnând temporar rubrica „Cu şi fără crampoane". Pentru Păunescu, „sportul este superbul salt al omului împotriva lui însuşi". „Crâmpeie" de literatură sportivă se găsesc şi în cronicile sportive scrise de Dan Deşliu, Radu Cosaşu, Theodor Mazilu, Ion Chirilă, Nicolae Manolescu şi mulţi alţii. Ei analizează. Disecă. Controversează. Sunt chirurgi şi psihologi. Cronicile lor devin astfel adevărate capitole de literatură sportivă. Eroii noştri şi-au găsit în talentul lor descrieri pe măsură. Trebuie să îl amintim aici şi pe Ion Brad, rafinat poet şi romancier ardelean, care a fost totodată şi unul dintre ambasadorii de elită ai României în Grecia. *Biografiile sale diplomatice* sunt adunate în volumul cu titlul *Ambasador la Atena*, iar în capitolul *Despre Olimpia şi Olimpiade* găsim

[10] Petrescu, Camil (1936) – Teze şi antiteze, Bucureşti, p.76

informaţii preţioase despre Jocurile Olimpice, despre spiritul olimpic, dar şi despre poeţi, oratori şi actori – toţi împătimiţi ai sportului.

Cele mai reuşite opere literare inspirate de exerciţiul fizic propun şi o *etică a stadionului.* Ionel Teodoreanu îl numea „întâiul meu stadion, maidanul.....îşi are vocabularul său." Tot despre stadion Giradoux afirma „Stadionul nu este numai luptă, mişcare, ci şi poezie, poezia elanurilor pure şi a sincerelor prietenii". El este circul roman, arena în care te măsori cu tine însuţi şi cu ceilalţi.

S-a spus că şi sportul poate fi considerat artă, a opta artă... H. Lenk a publicat chiar o lucrare cu titlul „A opta artă", pledând pentru o înglobare a sportului printre arte. În aceeaşi ordine de idei, stabilind că din timpuri străvechi sportul a fost considerat „ca un fel de artă", filosoful grec Nikos Nissiotis subliniază natura artistică a sportului. Vecinătate, ba chiar rudenie, există fără îndoială între arte. La Delphi, *atletul şi muzicianul* erau încununaţi cu aceiaşi lauri. Şi în ciuda autonomiei artelor, cucerită cu timpul, imnurile închinate lui Dionysos erau dansate şi cântate de cor în versuri: muzică, dans şi poezie laolaltă.

Legende şi Eroi există deopotrivă în sport şi literatură..... trebuie doar să îi descoperim.....

Fuziunea artelor e un dat.

BIBLIOGRAPHY

1. Aacken, Ernst (1993) - Programmiert für 100 Lebensjahre, Meyer& Meyer Verlag, Aachen
2. Bănciulescu, V, Ludu, V. (1987) – Sport şi artă, Editura Sport-Turism, Bucureşti
3. Bonifaciu, S. (1990) – Sportul în literatură. Editura Sport – Turism, Bucureşti
4. Chevalier, Jean (2005) – Dicţionar de simboluri, Editura Artemis, Bucureşti, vol II
5. Fink, Gerhard (2002) – Grecia antică, Editura Enciclopedia RAO, Bucureşti
6. Hobermann, John (1994) – Sterbliche Maschinen, Meyer& Meyer Verlag, Aachen
7. Huizinga, Johan (1998) – Homo ludens, Editura Humanitas, Bucureşti
8. Leis, Mario (2003) – Sport, eine kleine Geschichte, Reclam Verlag, Leipzig
9. Macdonald, Fiona (2003) – De ce grecii construiau temple, Editura Teora, Bucureşti
10. Petrescu, Camil (1936) – Teze şi antiteze, Bucureşti

*** Evenimentul zilei
*** ProSport
*** Gazeta Sporturilor

ANALYSIS OF DRUG USE AMONG ADOLESCENTS IN THE CITY OF BAIA MARE

Adriana Florentina Călăuz, Lecturer, PhD, Technical University of Cluj-Napoca, University Center of Baia Mare
Romana Oneţ, Lecturer PhD, Technical University of Cluj-Napoca- Baia Mare Northern University Center

Abstract: The aim of the research is to know the problem and the social dimension of the drug use phenomenon among adolescents in the city of Baia Mare. The objectives of the study were to assess attitudes, opinions and behaviors related to drug use among adolescents, to identify areas and risk environments in drug use, to identify causes of drug use, the relationship between school performance and drug use, family relationships and substance use. The study was conducted during the school year 2017-2018. The target population is high school students aged 15-19 years. The sample consisted of 1,611 pupils, of which 812 boys and 799 girls and is significant in relation to the total number of high school students in the locality. The method used for data collection was the sociological survey and the research tool used was the questionnaire. The questionnaire contained questions that sought to know the characteristics of the subjects in terms of age, gender, parental education levels, family situation, family relationships, school performance, what they know about drugs, drug use, etc. The questionnaire was completed during the training hours, and the duration of the questionnaire was approximately 45 minutes. The statistical processing of the data implied the realization of correlations, using the SPSS program, the Independent Samples Test, the One-Way ANOVA. As a conclusion, drug use among adolescents is largely influenced by family structure, type of authority, family climate, family examples, parenting level of education and occupation, lifestyle and living standards. parental care, family attitude towards the education of their own children, etc. Social groups of adolescents have an important role in drug use. The phenomenon of imitation is strong among adolescents. Family and school have an essential role in knowing the problems faced by adolescents.

Keywords: drug; adolescents; consumption; risk factors; education.

În societățile contemporane, consumul de droguri constituie una dintre cele mai grave probleme sociale, strâns asociată cu alte probleme sociale printre care se pot menționa, cu precădere, morbiditatea și criminalitatea.

Robert Merton, autorul teoriei anomiei sociale, explică prin intermediul acestei teorii faptul că dependenţa de droguri este în strânsă legătură cu formele de adaptare la condiţiile sociale. Acesta a arătat că individul dependent de droguri, care provine de cele mai multe ori din clase sociale defavorizate, încearcă să atingă nişte scopuri culturale înalt valorizate de către societate, dar din cauza unor blocaje existente în folosirea unor mijloace legitime, nu reuşeşte. De aceea recurge la alte mijloace, cele ilicite, adaptându-se la o stare de anomie prin retragerea din viaţa socială, care îi permite să facă abstracţie de scopurile culturale şi de mijloacele legitime.

Conform teoriei învăţării sociale, efectele consumului de droguri sunt modelate de o anumită subcultură şi sunt învăţate de către noul consumator de la consumatorii de droguri mai vechi. Erving Goffman consideră că indivizii dependenţi de droguri sunt „devianţi

sociali'', ,,eşecuri în scenele motivaţionale ale societăţii'', ,,indivizi care par angajaţi într-un refuz colectiv al ordinii sociale''[1].

Profilul familiei unui adolescent care consumă droguri

Cercetările arată că multe dintre problemele de comportament ale adolescenților au cauze comune și că familiile joacă un rol important în apariția acestor probleme, în majoritatea cazurilor unii adolescenți pot avea familii care s-au confruntat cu astfel de probleme, înainte ca ei să înceapă să folosească droguri iar alte familii este posibil să fi dezvoltat astfel de probleme, ca răspuns la comportamentul deviant al adolescentului[2].

Familiile adolescenților dependenți de droguri prezintă grade mari de negativitate. Foarte des, această atitudine negativă afectează membrii familiei care dau vina unul pe celălalt pentru problemele adolescentului si ale familiei. Exemplele pot include un părinte care își descrie băiatul consumator de droguri cu apelativele ,, nu e bun de nimic'' sau ,, e un ratat''. Părinții dau vina unul pe celălalt pentru ceea ce ei consideră ca fiind o greșeală în creșterea copilului.

Profilul comportamental al adolescentului care consumă droguri

Adolescenții care necesită terapie, de obicei prezintă și alte probleme de comportament, printre care: absenteism școlar; delincvență juvenilă; anturaj dubios; probleme de comportament acasă și/ sau la școală; comportament violent sau agresiv; comportamnt sfidător; comportament sexual riscant. Drogurile și adolescența, iată o combinație care riscă să devină explozivă și în fața căreia părinții se simt nu de puține ori neputincioși.[3] Adolescența este considerată perioada de stări conflictuale, unii psihologi considerând ca fiind o perioadă de agitație și revoltă.

O altă provocare a adolescenței este „gașca"- prietenii ocupă locul cel mai important în perioada adolescenței deoarece tinerii se regăsesc doar printre cei de o seamă cu ei.[4]

Tehnologia contribuie și ea la o nouă provocare pentru adolescenți. Nu negăm avantajele tehnologiei, însă în multe cazuri duce la probleme sociale, familiale și școlare. Prin intermediul internetului, adolescenții ajung să își procure droguri, alcool, tutun sau să învețe adesea lucruri eronate.

Anxietatea legată de viitor contribuie la diverse strategii de autoapărare: izolare emoțională, apatie, negarea realității, ,,îmbolnăvirea" în perioada sesiunii sau vise cu ochii deschiși.

Date privind consumul

Potrivit Raportului European din 2016, România, alături de Bulgaria și Grecia, aparține uneia dintre cele patru rute de trafic a heroinei, numită ruta balcanică. România este una dintre țările unde nivelurile consumului prin injectare depășește 90%.

Potrivit ESPAD din 2015, 3 din 10 tineri, au incercat canabisul. În medie, 3% dintre studenți au raportat că au folosit pentru prima dată canabisul la vârsta de 13 ani sau mai mic. Printre cele mai frecvent încercate medicamente ilegale sunt ecstasy, amfetamine, cocaină și LSD sau alți halucinogeni. În cazul altor droguri ilicite, altele decât cannabisul, în medie, 1-2% dintre studenții ESPAD au raportat că le-au folosit cel puțin o dată[5]. În România, legislația privind consumul de droguri se bazează pe Codul Penal, pe Codul Vamal și

[1] Beatrice Ioan, Diana Bulgaru-Iliescu, *Revista română de bioetică*, vol.I, nr. 3);
[2] Ioan Tohatan, (2016),, Rolul asistentului social in managementul tulburărilor legate de consumul de substanţe interzise în *„Ortodoxia Maramureşeană*", Anul XIII, nr.14;
[3]Étienne Gaudet, „Drogurile și adolescența- Răspunsuri la întrebările părinților", Editura MINERVA, București, 2006, p.11;
[4]*Ibide*m, p.15;
[5] http://www.espad.org/report/situation/illicit-drug-use;

Regulamentul Vamal, toate faptele care implică deținerea/vânzarea sau cumpărarea de droguri sunt pedepsite cu închisoarea.

Cannabisul se consumă în toate regiunile ţării, înregistrându-se următoarele procente: 5,6% în Bucureşti, 1,3% în Transilvania, 1,1% în: Muntenia, Moldova, Banat-Crişana-Maramureş, 0,9% în Dobrogea şi 0,6% în Oltenia. Ecstasy se consumă, de asemenea în toate regiunile ţării, cu excepţia Dobrogei: 1,8% în Bucureşti, 0,4% în Transilvania, 0,2% în Muntenia şi Oltenia, 0,1% în Moldova şi Banat-Crişana-Maramureş. Heroina este consumată în Bucureşti, Transilvania şi Oltenia în procente egale: 0,2%. Inhalantele se consumă în: Bucureşti (0,3%), Oltenia (0,2%) şi Transilvania (0,1%). Amfetaminele şi cocaina (crack sau în forma bază) se consumă doar în Bucureşti - 0,3% din populaţia capitalei în vârstă de 15-64 ani încercând amfetamine şi 0,5% experimentând consumul de cocaină. În ceea ce priveşte consumul pe cale injectabilă de heroină sau cocaină de-a lungul vieţii, se înregistrează următoarele: 0,3% dintre respondenţii din Bucureşti au recunoscut un astfel de consum şi 0,2% dintre cei din Transilvania şi Oltenia.[6]

Chiar și în orașul nostru, Baia Mare, această problemă a drogurilor este greu de controlat pentru populația tânără. Se consumă droguri, indiferent că vorbim de cele ușoare sau de cele „grele". Consumatorii ajung să își procure o cantitate mare la preț mai mic doar ca să fie atrași către dependență. Mai sus am prezentat fenomenul „Zombie", putem spune că nici aici nu scăpăm de acesta. Primele mostre sunt pe gratis. O cantitate mică, de 0.8 grame costă în jur de 200- 400 de lei, însă dacă aceștia cunosc bine persoanele scapă cu un cost mai ieftin. Prețul drogurilor pe piața ilicită din România, respectiv prețul de comercializare a canabisului, variază în funcție de tendința de creștere a cererii pe piața ilicită.

Mărturia unei tinere băimărence sună cam așa: *„Am început să consum substanțe interzise pe când abia împlinisem vârsta de 14 ani. Am fost mânată de curiozitate, la început, după care am început să fiu dornică de noi și noi senzații, pentru că apăreau droguri noi pe piață. Au trecut de atunci 10 ani și continui să fiu dornică de senzațiile unice oferite de aceste dorguri".* [7] Tot tânăra spune că sunt mulți consumatori de aceste substanțe și vor fi și mai mulți. Ea spune că 8 din 10 liceeni au încercat cel puțin o dată consumul drogurilor.*„Dacă îmi pare rău? E o întrebare bună... Regrete am, nu pentru tot, dar da, îmi pare rău că am fost așa slabă de caracter atunci, încât am ezitat să spun NU. Am un regret că nu am ascultat-o pe mama când mi-a spus că nu e bine ce fac. Iartă-mă mamă, că nici azi nu te aud",* adaugă întristată tânără.[8]

Metodologia cercetării

Scopul cercetarii noastre constă în cunoaşterea problematicii şi dimensiunii sociale ale fenomenului consumului de droguri în rândul adolescentilor din municipiul Baia Mare.

Oiecivele studiului au avut în vedere: identificarea zonelor şi mediilor de risc în consumul de droguri, identificarea cauzelor privind consumul de droguri, analiza atitudinii tinerilor faţă de acest consum, relaţia dintre performanţele şcolare şi consumul de droguri, relațiile din familie și consumul de substanțe și nu în ultimă instanţă cunoaşterea tipului de droguri care sunt consumate în rândul tinerilor.

Eşantionul a fost format dintr-un număr de 1611 de elevi, dintre care 812 băieti şi 799 fete şi este semnificativ în raport cu numărul total al liceenilor din localitate. Populația țintă o reprezintă elevii de liceu cu vârste cuprinse între 15 și 16 ani. Studiul s-a desfăşurat pe parcursul anului scolar 2017-2018.

Metoda utilizată pentru colectarea datelor în acest studiu a fost *ancheta sociologică* iar instrumentul de cercetare utilizat a fost *chestionarul*.

[6] http://www.ana.gov.ro/studii/GPS%202007.pdf;
[7] Dragoș Hojda, Ziarul *„Glasul Maramureșului"*,Baia Mare, martie 2019, p.5;
[8] *Ibidem*, p. 6;

Chestionarul a cuprins întrebări prin care am urmărit cunoaşterea caracteristicilor subiecţilor din punct de vedere al vârstei, genului, nivelul de instrucţie al părinţilor, situaţia familială, relațiile familiale, performanţele şcolare, întrebări cu privire la consumul de substanțe. Chestionarul a fost completat în timpul orelor de dirigenţie, iar durata aplicării chestionarului a fost de aproximativ 30 de minute.

Prelucrarea statistică a datelor a presupus analiza de frecvențe simple și încrucișate, folosindu-se programul SPSS, varianta 27.

Rezultatele studiului

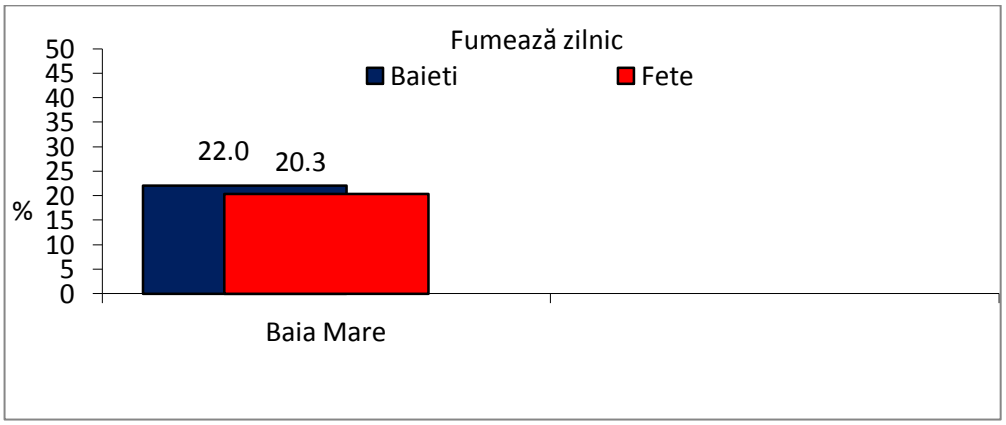


Figura 1. *Procentul de elevi de 15-16 ani, în funcție de gen care fumează zilnic*

Procentul băieților care fumează zilnic nu este cu mult mai mare decât procentul fetelor fumătoare.

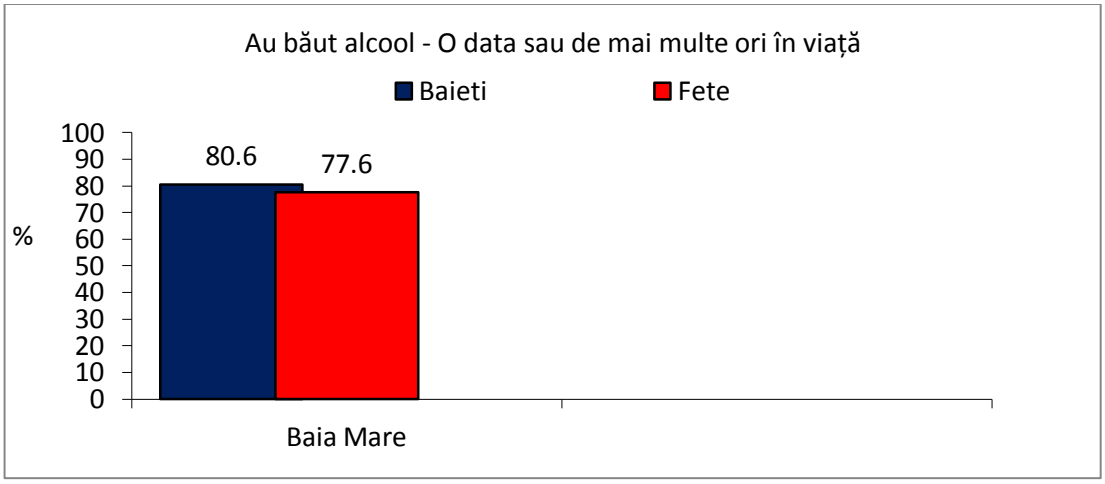


Figura 2. *Procentul de elevi de 15-16 ani, în funcție de gen care au băut alcool o dată sau de mai multe ori în viață*.

Procentul băieților care consumă alcool este cu ceva mai mare decât al fetelor. Diferența este însă nesemnificativă.

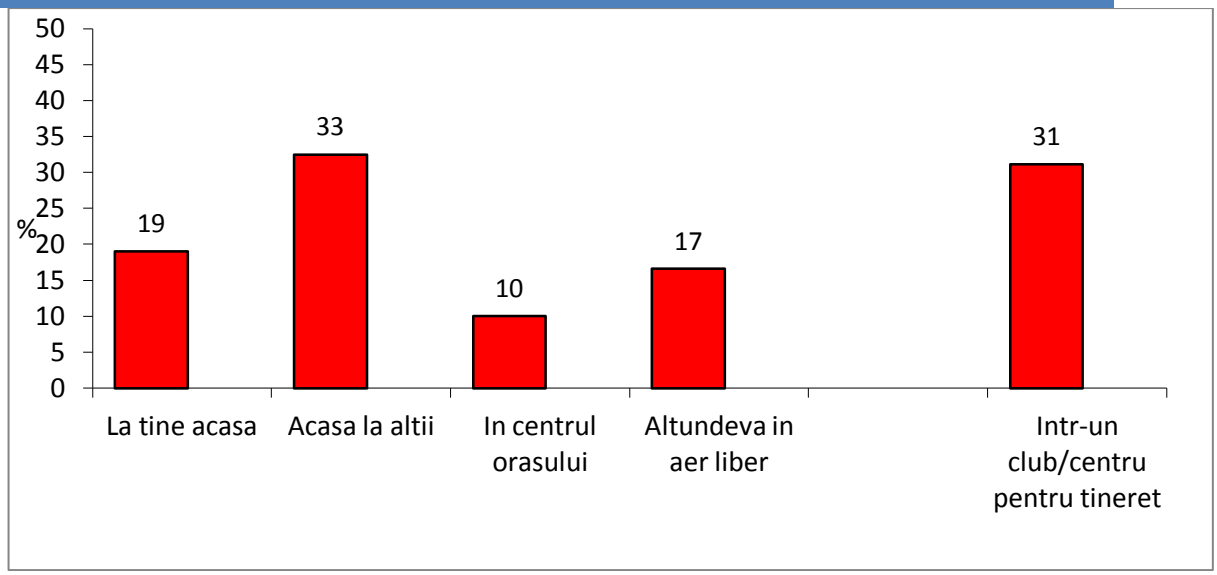


Figura 3. *Procentul de elevi de 15-16 ani care consumă alcool ocazional sau în mod regulat în urmatoarele locații.*

În ceea ce privește locația, cei mai mulți consumă alcool acasă la alții sau în club și discotecă.

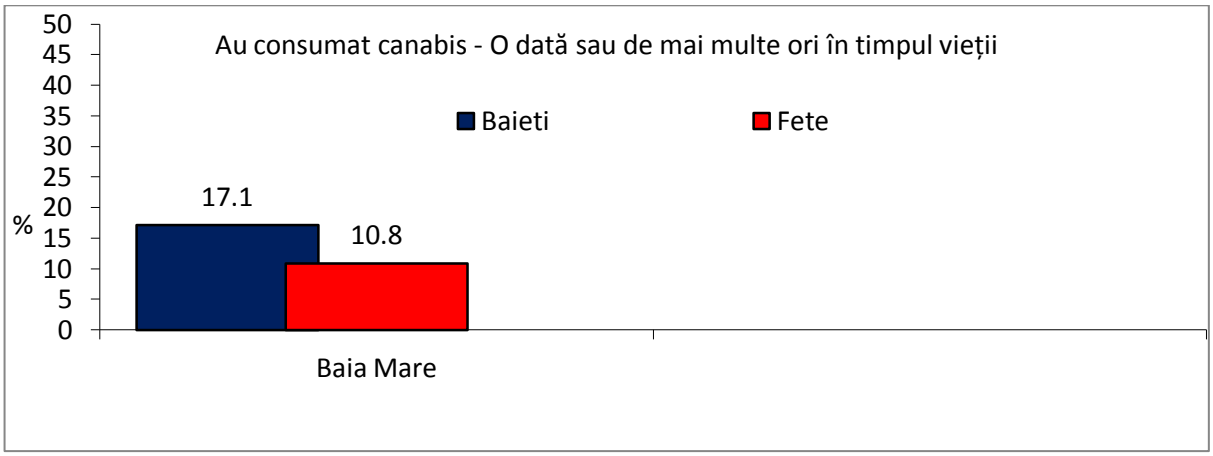


Figura 4. *Procentul de elevi de 15-16 ani, în functie de gen, care au consumat canabis o dată sau de mai multe ori în timpul vieții*

Din figura 4 se observă că băieții consumă canabis mai mult decât fetele.

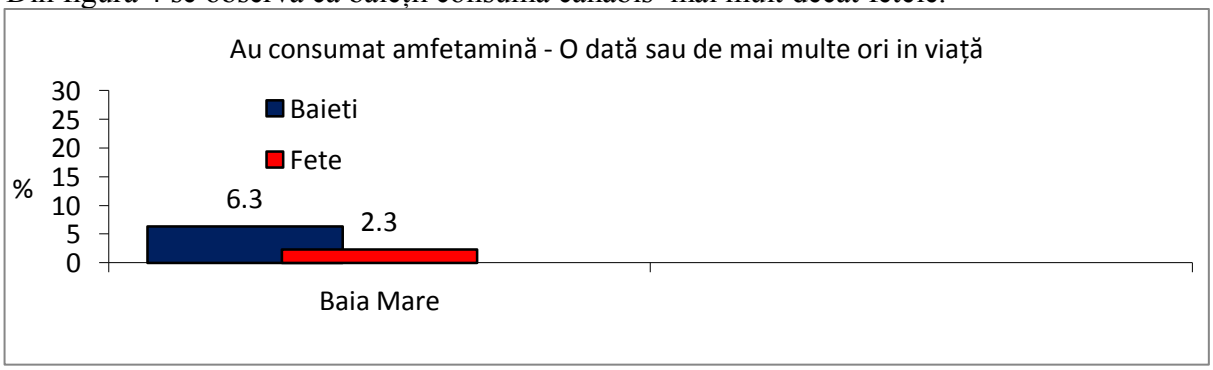


Figura 5*. Procentul de elevi de 15-16 ani în funcție de gen care au consumat amfetamină o dată sau de mai multe ori în viață.*

Din figura 5, observăm faptul că amfetamina se consumă într-un procent destul de mic, în cazul fetelor doar 2,3%.

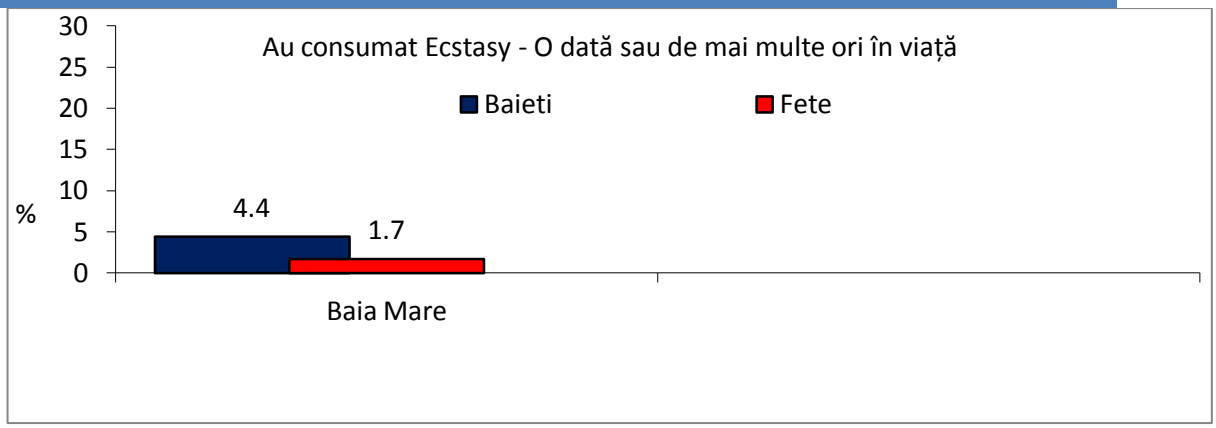


***Figura 6**. Procentul de elevi de 15-16 ani, în funcție de gen care au consumat Ecstasy o dată sau de mai multe ori în viață.*

De asemenea, consumul de ecstazy este destul de redus, cu o diferență de 2,7 procente în favoarea băieților.

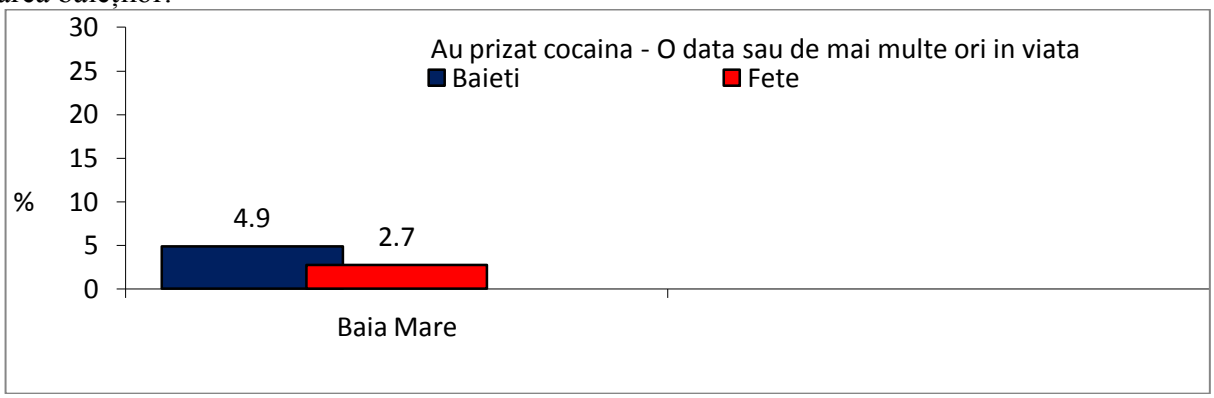


***Figura 7**. Procentul de elevi de 15-16 ani, în funcție de gen care au prizat cocaină–o dată sau de mai multe ori în viață.*

Consumul de cocaină se află în intervalul 2,7- 4,9,% , baieții fiind fruntași cu 4,9%.

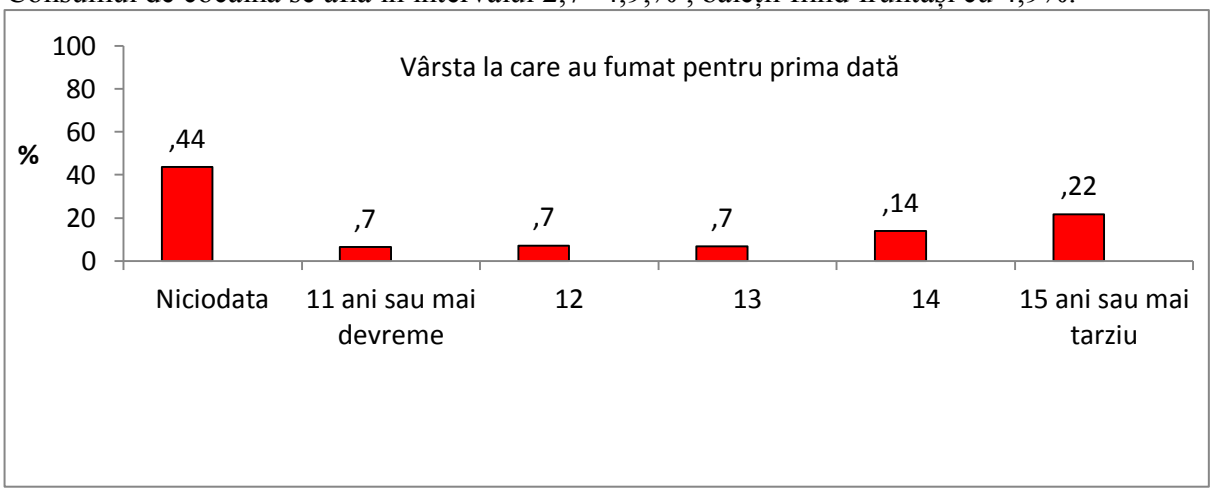


***Figura 8**. Vârsta la care au fumat pentru prima dată.*

Observăm că un procent de 44% încă nu au fumat până la vârsta de 16 ani. Însă un procent semnificativ de 57% deja fumează până la vârsta de 16 ani, vârsta la care se apucă de fumat fiind destul de mică (mai repede de 11 ani).

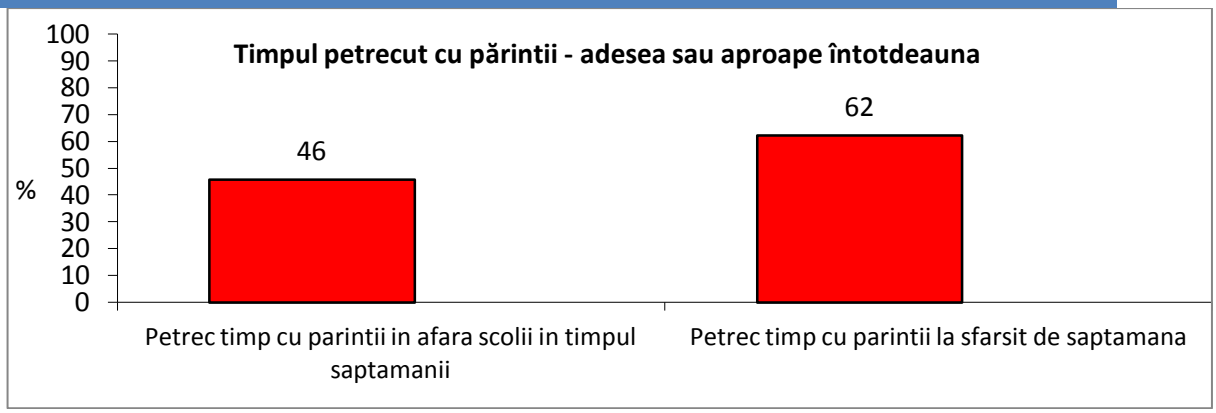


Figura 9. *Procentul de elevi de 15-16 ani care petrec timp cu părinții*

Un procent destul de mare de elevi declară că pretrec timp cu părinții. Depinde însă care este calitatea acestui timp declarat ca petrecut împreună cu părinții sau poate fi doar faptul că ei coabitează împreună. Totuși, este destul de semnificativ și procentul celor care declară că nu petrec timp cu părinții lor.

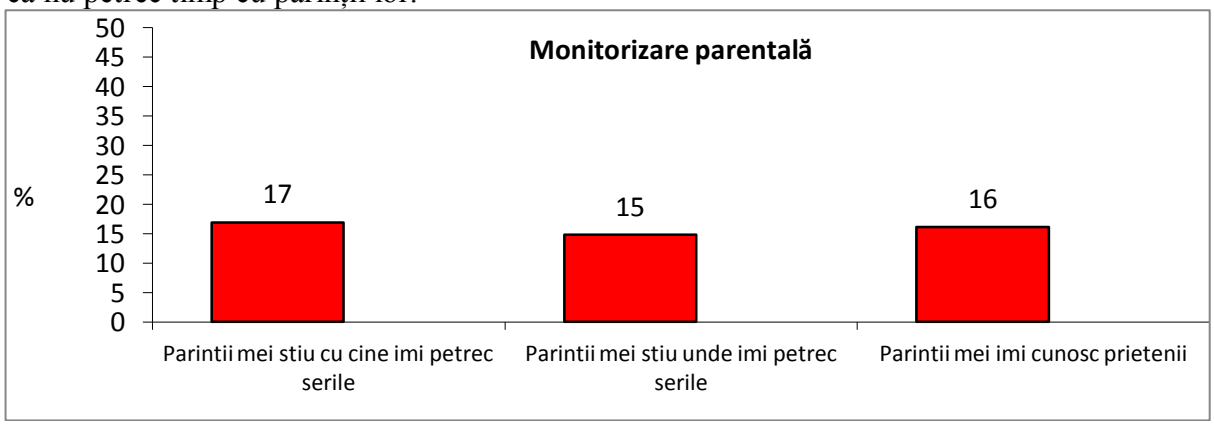


Figura 10. *Procentul de elevi de 15-16 ani care au parte de o monitorizare redusă din partea părinților*

Doar un procent de 16% de elevi declară că părinții lor știu cine le sunt prietenii.

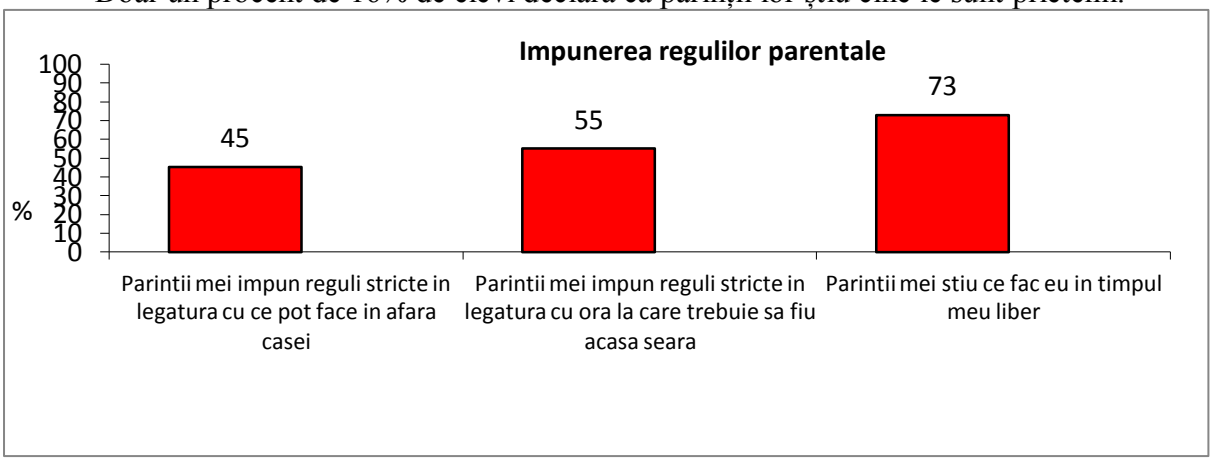


Figura 11. *Procentul de elevi de 15-16 ani ai căror parinți impun reguli parentale*

In proporție de 55 %, elevii declară că părinții lor impun reguli stricte în legătură cu ora la care trebuie să fie acasă seara.

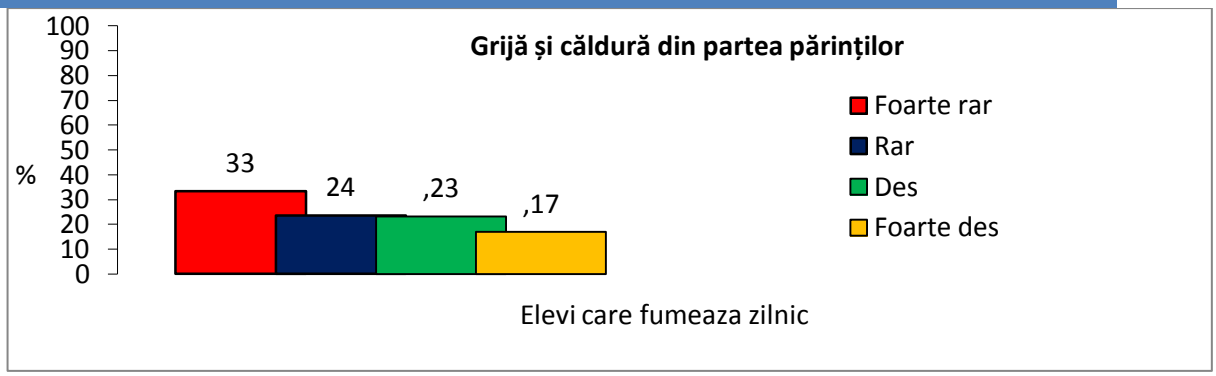


Figura 12. *Procentul de elevi de 15-16 ani care fumează zilnic, analizați în funcție de gradul în care primesc îngrijire și căldură de la părinții lor.*

Se poate observa că elevii care fumează zilnic sunt cei care primesc grijă și afecțiune din partea părinților foarte rar.

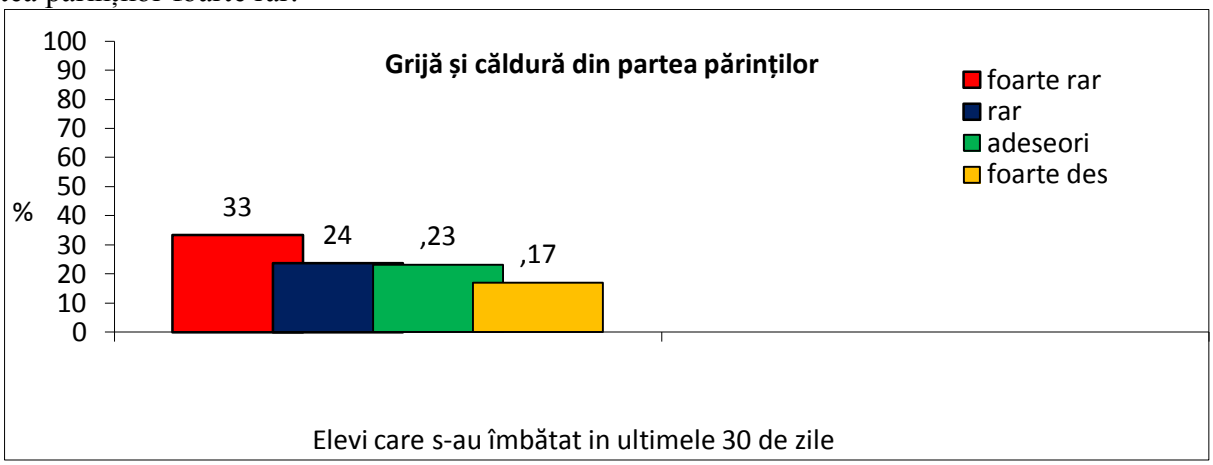


Figura 13. *Procentul de elevi de 15-16 ani care s-au îmbătat în ultimele 30 de zile, analizat în funcție de gradul în care primesc îngrijire și căldură de la părinții lor.*

Cei mai mulți elevi care consumă băuturi alcoolice sunt cei care primesc foarte rar grijă și căldură din partea părinților.

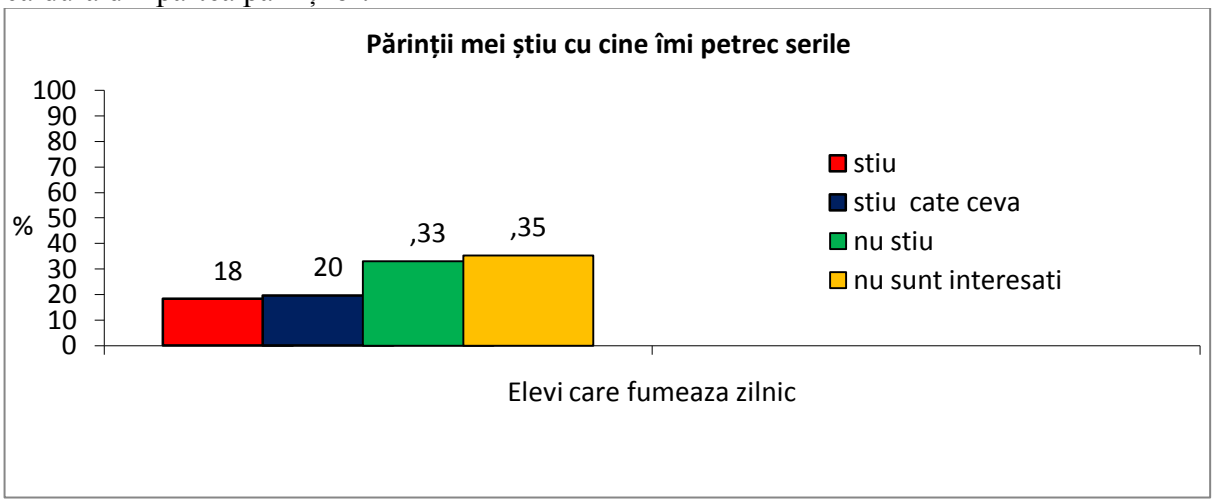


Figura 14. *Procentul de elevi de 15-16 ani care fumează zilnic, analizați în funcție de: Părinții mei știu cu cine îmi petrec serile.*

Dintre elevii care fumează zilnic, 35% (procentul cel mai mare) au părinți care nu știu cu cine își petrec ei serile.

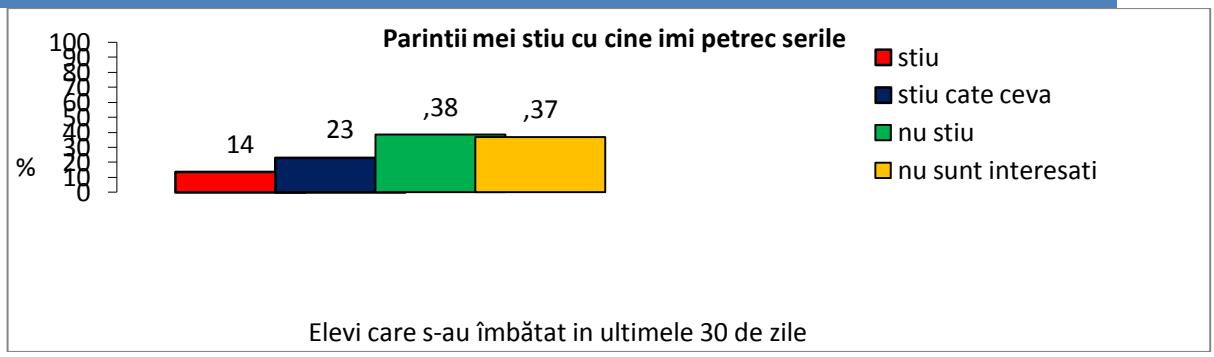


Figura 15. *Procentul de elevi de 15-16 ani care s-au îmbătat în ultimele 30 de zile, analizați în funcție de cât de: Părinții mei știu cu cine îmi petrec serile.*

La fel și în cazul copiilor care consumă alcool, cei mai mulți dintre părinții lor nu știu cu cine își petrec ei serile.

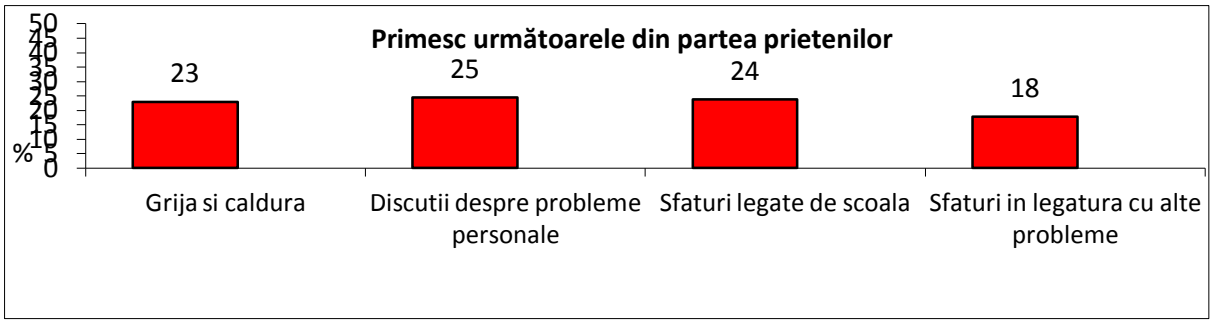


Figura 16 *Procentul de elevi de 15-16 ani care primesc atenție și sfaturi din partea prietenilor*

Prietenii elevilor le oferă sprijin și suport în proporție destul de mică.

.

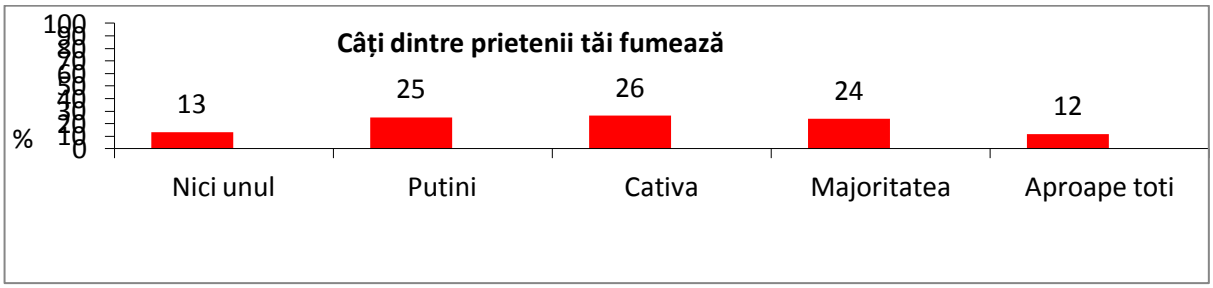


Figura 17 *Câți dintre prietenii tăi fumează?*
Din figura 17 vedem că majoritatea prietenilor fumează.

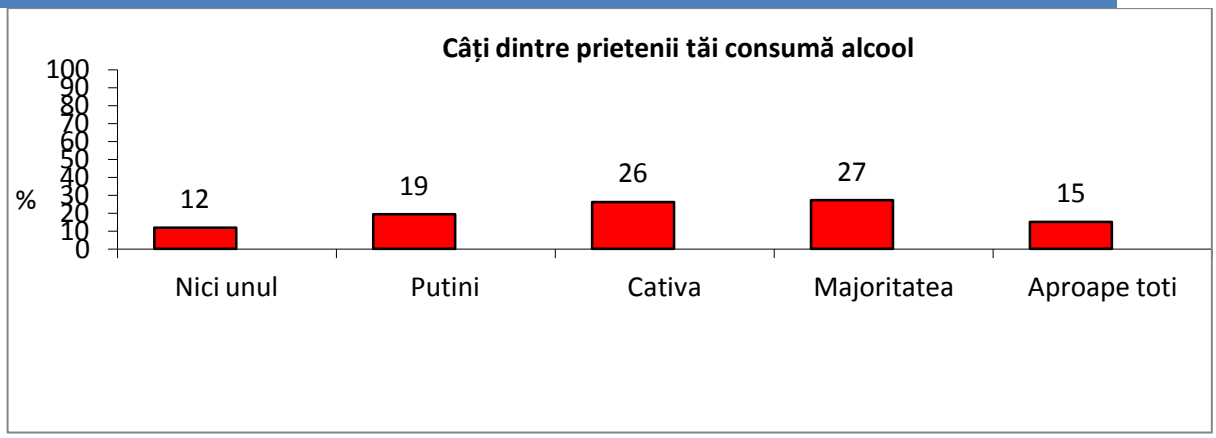


***Figura 18**. Câți dintre prietenii tăi consumă alcool?*

Procentul prietenilor din anturaj care nu consumă alcool este redus (12%).

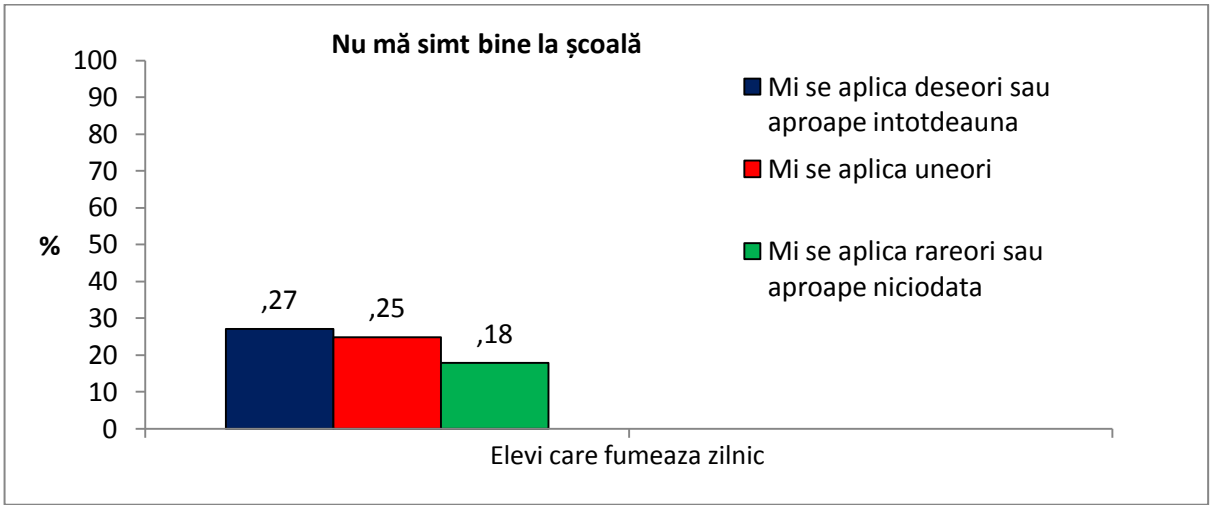


***Figura 19**. Procentul de elevi de 15-16 ani care fumează zilnic, analizați în funcție de cât de bine li se potriveste afirmația: Nu mă simt bine la școală.*

Un procent de 27% al respondenților declară că nu se simt bine la școală.

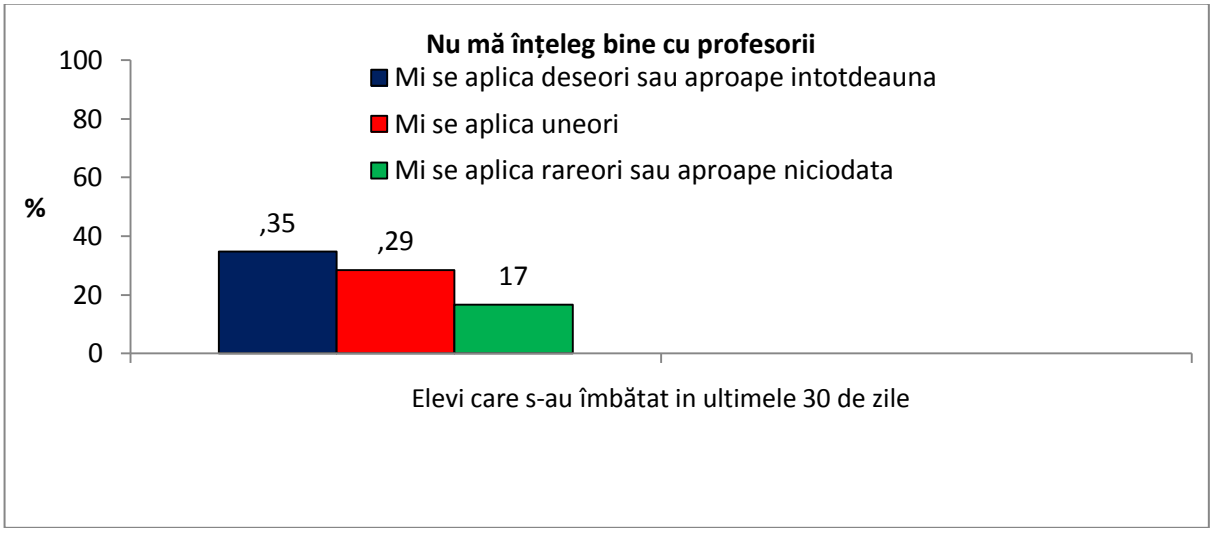


***Figura 20**. Procentul de elevi de 15-16 ani care s-au îmbătat în ultimele 30 de zile, analizați în funcție de cât de bine li se potrivește afirmația: Nu mă înțeleg bine cu profesorii.*

Din figura 20 vedem că 35% dintre elevi declară că nu se înțeleg bine cu profesorii.

Concluzii şi propuneri

Datele rezultate din analiză relevă că băieţii sunt mai afectaţi de consumul de droguri decât fetele. Rolul familiei în generarea comportamentelor consumatorilor de droguri este semnificativ. Deşi numărul tinerilor care se declară consumatori de droguri (cca 6%) este relativ mic, fenomenul există şi în oraşul Baia Mare. Pe de altă parte, considerăm că procentele exprimate trebuie tratate cu prudenţă, neavând posibilitatea să verificăm gradul de sinceritate al subiecţilor. Coroborând răspunsurile cu alte date referitoare la consumul de droguri, putem estima că numărul real al consumatorilor este mai mare, situându-se în jur de 13%.

Drogul cel mai cunoscut dar şi cel mai frecvent consumat în rândul elevilor este canabisul. Locurile în care se consumă drogurile sunt, în general, locurile de divertisment, discotecile, petrecerile şi, în mai mică măsură, pe stradă, acasă sau la şcoală. Deşi sunt puţine cazurile care declară consumul de droguri la şcoală, fenomenul există şi nu se poate face abstracţie de el.

Băieţii consumă mai frecvent droguri decât fetele. Sunt mai predispuşi la consumul de droguri tinerii ai căror părinţi au nivel redus al controlului asupra lor, sunt mai reci în relațiile cu aceştia oferind mai puțină afecțiune, suport emoțional și sfaturi pentru diversele probleme cu care tinerii se confruntă. Prin urmare, rolul familiei în generarea comportamentelor consumatorilor de droguri este semnificativ.

Tinerii cei mai expuşi consumului de droguri sunt cei cu rezultate slabe la învăţătură, cei care au repetat anii de şcoală, care nu se simt confortabil la școală, cei care nu au o relație bună cu profesorii lor.

Consumul de droguri se asociază frecvent cu consumul de tutun şi alcool.

Intervenţiile ar trebui orientate în mod diferenţiat, în special spre băieți, spre cei cu rezultate slabe la învăţătură şi cei care se confruntă cu repetenţia. Aici se pot dezvolta strategii de ocupare a timpului liber şi de modelare a comportamentului adolescenţilor, având în vedere curiozitatea lor.

O mai bună cunoaştere de către tineri a efectelor psihice şi fizice ale consumului de droguri, a consecinţelor pe termen lung şi scurt a acestora ar influența consumul de droguri. În acest sens ar fi necesră modificarea curriculei şcolare prin schimbarea orelor de educaţie sanitară de pe listele facultative la cele obligatorii care ar putea aduce rezultate considerabile, alături de activităţile specifice de promovare a sănătăţii de către Direcţia de sănătate publică. Este necesară şi implicarea organizaţiilor non-guvernamentale în susţinerea drogdependenţilor şi familiilor acestora.

BIBLIOGRAPHY

Beatrice Ioan, Diana Bulgaru-Iliescu, *Revista română de bioetică*, vol.I, nr. 3,.

Étienne Gaudet, (2006) „*Drogurile și adolescența- Răspunsuri la întrebările părinților*”, Editura MINERVA, București, p.11;

Bianca Andreica- Săndică (2011), *Drogul,* Editura Casa cărții de știință din Cluj-Napoca

Dragoș Hojda, Ziarul *„Glasul Maramureșului”*,Baia Mare, martie 2019, p.5;

Gilles Ferreol (2000), *Adolescenții și toxicomania*, Editura POLIROM, Iași

Mihaela Rădoi (2015), *Devianța socială la tineri. Dependența de substanțe*, Institutul European Iași

Sorin M Rădulescu, Cristina Dâmboeanu (2006), *Sociologia Consumului și abuzului de droguri,* Ed.Lumina Lex, București

Ioan Tohatan, (2016), Rolul asistentului social in managementul tulburărilor legate de consumul de substanţe interzise în *,,Ortodoxia Maramureşeană*", Anul XIII, nr.14,

http://www.espad.org/report/situation/illicit-drug-use

http://www.ana.gov.ro/studii/GPS%202007.pdf;

The Role of Skills in Foreign Language Learning and in Learning Acting. Reading

Lucreţia-Dorina Loghin, Lecturer, Ph.D.
"Babeş-Bolyai" University, Cluj-Napoca

Abstract
Studying performing arts or a new language entails dexterity in all competencies involved in the process. Reading and writing, speaking and listening are equally important to one's progress towards proficiency in either case. Both are domains of communication that involve actively the communicator, who needs thorough preparation in all the four skills. This article proposes a set of comparative considerations regarding the role played by reading in acquiring expertise in these two fields of activity.

***Key words**: reading comprehension, inferential reading, creative reading, acting, foreign language acquisition*

Introduction

There cannot be optimal information acquisition (optimal acquisition and optimal information) during the process of either acting or foreign language learning without a correct understanding of the concept of *text*, written or oral, along with all its implications.

Texts are basic components of messages. When they have a logical configuration, they systematize communication. The messages that are operated during systematic communication are necessarily productive in that they impart manifold perspectives for practical interpretation.

Texts make the world go round. When texts made the transition from oral to written, they acquired stability and, in this way, permanence. The word was no longer fleeting but 'fixed' in a graphic structure that can be perceived not only with the ear but also with the eye. Thus, the word has become durable and accessible and, very importantly, verifiable. On account of its stability and of the fact that the information it conveys is assumed to remain unadulterated, the written text lends itself to deeper, more diverse and repeated interpretations than the oral text does; hence, its inspirational attribute.

In the same way as speaking begets speaking, writing begets writing. One text produces other texts and sustains communication both synchronically and diachronically. Through the written text, the past is now more provably related to the present and the future.

There is hardly any efficient learning in the absence of written texts. By studying texts in their concrete representation, knowledge acquisition is reinforced and enriched. Texts make an excellent support to any learning programme due to their accessibility.

When learning a new language, we need to have the printed support of the information we are trying to acquire. The student in acting, too, needs the printed text of their part to study and re-study until the desired result is attained.

The importance of fulfilling a correct communicative act, which derives from the need to solve life problems, whether public or confidential, is unquestionable. It is hard to avow which of the two forms of communication should be ranked first, the oral or the printed one. The former is more 'available,' 'ready-to-employ' anywhere and anytime, so probably this kind of communication offers wider ranges of usage, but the trump attribute of printed text is its longer-lasting stability as compared to the fleetingness of the spoken word.

Relevance of reading

Whatever the domain, reading is a permanent presence in life. It promotes information and sustains education. Reading cannot be ignored or removed from our daily practices irrespective of the purpose for which it is done. Reading means learning and developing.

The learner of a foreign language uses books with printed information right from the onset of their endeavor. The student in acting is in constant contact with written texts, from which they extract their preparation materials, materials that, as are in any domain, perform a constant formative function.

When reading, one looks for understanding of what is contained in a text: its message, its structure, its grammar, everything a text yields to the mind. The language learner looks for the understanding of a language through texts, the student in art studies texts in order to find ways of interpreting the artistic message and to include it in their own artistic performance. In both cases, we can speak of a recurrent materialization of texts, which are redefined within diverse and multiple practical applications.

The learner of a new language approaches the text, at least before they reach a fairly high level of competency, in a more or less technical, procedural way. They look for orderly environments that can provide them the stability and the safety any beginner needs in the process of decoding a new paradigm. In this phase their investigation is predominantly operational, rule-observing and theory-related. The text helps the beginner to weave their own cognitive (con-) text, a framework that will accompany them throughout their entire learning endeavour. At this stage, it is imperative that the learner appropriate the reality of the language, respectively of the study domain, performing arts, in our case, efficiently. In this way, their work with and inside that informational territory is likely to be beneficial.

The student who studies art, approaches the text in terms of its manifold forms of depicting the relationship between man and the sublime. In this case the reading of texts is introspective, critical and creative. Artistic production draws its sap from a great selection of texts, which the more diverse, the higher the chance of artistic accomplishment. Art is meant to reproduce, explain, teach about life and offer solutions to correct its errors. That is why artistic representation is in a perpetual process of molding its outline and structure. This process needs permanent refreshing in terms of sources (texts) on both axes, synchronic and diachronic.

Productive reading

The language one attempts to learn, whether it is a new idiom or the language of an artistic expression, depends heavily on the written text, the material support for learning, concrete and also verifiable at any time. The first eye contact with any text is evaluative in terms of length and density, after which the text is *studied*, investigated and understood in its complexity. This activity relates to the minute analysis of the nature of the information contained in it. This is actually the most significant part of the learning process. During this second phase of the work with the written text, cognitive mechanisms (word form recognition, word, sentence, paragraph and overall text meaning inference and interpretation) are involved at great length. This enables the reader to *establish a relationship* with the text they study.

In foreign language learning, in order to understand a text whether oral or written, one needs to have at least the basic knowledge of the lexical units it contains and of its configuration, its grammar. When we read a text written in a foreign language, we need to understand the words and their relationships, knowledge which will eventually facilitate the extraction of the meaning of that text.

When the meaning is correctly decoded, the learners enter the third phase of their enterprise, the operational phase, when they start to 'handle' texts independently.

We read and *understand* the text, understanding which encourages us to produce our *own meaningful* structures. From mere absorbers of knowledge, we move on to become producers and disseminators of knowledge. We become productive. When we read, we 'see', we understand, and we believe. Gaining belief, or (self-)confidence encourages initiative: we move on, step by step towards gaining independence in using the new language.

An efficient way to improve not only reading but language skills on the whole is *loud reading*. When we read aloud, we improve our cognitive abilities, we shift our focus from one idea to another and 'play' with the multiple meanings contained in the text. Loud reading allows the learner to adapt phonologically to the new language. Loud reading is extremely beneficial in developing the speaking competences that are employed independently in free conversations, starting with phonetic skills, an awareness of grammar and culminating in spontaneity and creativity in oral production.

The foreign language learner approaches the reading text when they are *prepared* to distinguish, to see a unitary structure that is made up of the information they have so far acquired as lexical fragments. They can proceed by putting together the pieces of the text puzzle.

On the other hand, an actor is 'trained' to see and to listen on a regular basis – seeing and listening are very important actions when one learns the art of acting. After all, the specificity of this domain lies in orality and visibility. Acting is made to be performed for audience. What the actor does by means of movement and voice is seen and heard by the public. There takes place a dialogue between the actor and their audience, a dialogue in which only the actor voices their message, their text, whereas the audience formulates voiceless replies, in their mind. The actor apprehends the audience's reply only intuitively,

through their reaction to the performance. The voiced text of the actor during the performance elicits rather than a verbal reaction from the audience, a reaction on the level of consciousness, which can be prompt, but also remote, when the spectator takes their time to process the effects of the artistic act.

In order to be able to offer the expected excellence in their performance – in its very essence a seeing-hearing act – the actor's training entails not only hearing and speaking preparation but also intensive and extensive reading and also writing. The exposure to and the employment of the four skills happens in a blended way and, for optimal benefits, it must become a constant pursuit of quality. The learner of a new language must obey the same set of rules applicable indiscriminately to all the four skills. Both the acting trainee and the learner of a new language are permanently exposed to and are in full contact with texts, part of them spoken part of them written. Also valid in the case of the learner of a new language, the preparation for a part faces the acting student with "a series of complex choices in any medium, so it's best to start by investigating the raw material of you and discovering your responses to stimuli." (Haase, 19)

The printed text could be considered 'raw material' for learning in both domains. From the original text, the learner can move on to extrapolate, to develop, to adjust and ultimately to devise their own texts. The text the learner reads offers them a structured form of language, one which provides them with an identifiable linguistic pattern that is based on logical grammatical and semantic connections. This is generally referred to as *context*, a linguistic environment that contains all the conceptual components that facilitate the understanding of the message contained in it. Readers read, in fact, messages.

For the learner of a foreign language, the reading text represents an excellent means of language acquisition. When they approach the reading text, they look for relevant information that will eventually help them to communicate their own ideas unrestrictedly. They derive their freedom of using the new language from the fact that any text has been constructed with the idea of freedom of expression in mind.

Also, the reading text allows for a lasting contact with the language, in the sense that the learner may examine and re-examine it at length, which facilitates understanding and promotes creativity in the form of human-to-human communication. Behind a text there is a human mind that has created it. The text-learner communication is such communication in which a definite structure elicits indefinite interpretations in compliance with the rules of logical acceptability. So long as the reading text facilitates the acquisition of information that enables the learner to build up logical structures independently, it fulfils its educative purpose successfully. Reading is thus productive. The goal of communication as promoter of constructive social relationships has been fulfilled.

Progress stages in reading

The learner who approaches texts either as sources of foreign language acquisition or as acquisition of knowledge in a certain domain like that of performing arts, usually covers the stages of comprehension relative to the written text: *lexical*, *literal*, *interpretive*, and

applied reading.[1] The reader resorts to these learning stages according to their particular needs. The foreign language learner will have to cover all the four stages before they are able to be independent users of that language. The student in performing arts covers some of these stages if the texts are in the native tongue but all of them if the texts are in a foreign language.

Lexical reading

During the initial period of foreign language learning, the reading text is approached mostly as a source of information as well as a support framework for learning the grammar of that language. The text a learner reads offers them a rich range of identifiable structures that can be appropriately processed and retained for further employment. Beginning with the alphabet, the letters of a specific language associate themselves to make words and sentences. In this way, ideas are conveyed. In order to memorize words, the learner 'recites' them loudly and/or silently. In this way, reading also activates the oral, phonetic and phonological features of lexical learning. This is due to the complexity of the cognitive processes that participate actively and simultaneously in the acquisition process. Any language has its own particular melody, which plays an essential role in identifying and in understanding it when heard, as well as in making ourselves understood when speaking it ourselves. Reading entails this condition, namely that we, as learners of a new language, must embrace and 'exercise' its 'music' when we study that language by reading it in texts.

At elementary level, the learners merely familiarize themselves with words without the unitary frame of a text.

Learning words as independent items is generically referred to as the *lexicalization* stage. The words one leans are meaningful and once their meaning is identified the cognitive process of 'semantization' is activated. From that moment on, learning words becomes a regular activity which intertwines with other learning activities throughout the entire process of foreign language acquisition.

The foreign language learner *skims* for bits of lexical items, for unknown words or, gradually, for key words, the elements that help the reader to move efficiently within the text perimeter and are therefore valuable aids in productive reading. This load of information, once acquired in sufficient amount, facilitates the correct decoding of the textual message.

The student in acting also skims for sets of information during the first contact with the text which they will eventually study in detail. They start their 'literacy' process relative to the text they need to internalize in order to be able to eventually perform before an audience.

Once a basic lexis has been acquired and developed and the connections between its various items have been clarified, the language learner is motivated to approach larger linguistic configurations, texts. "The efficient reader must have a clear understanding of *the grammatical relationships* which hold between the lexical items, and he needs to grasp the semantics of a particular grammatical item in a particular context." (Broughton, Brumfit, Flavell, Hill, Pincas, 95)

[1] Hand in Hand Education, https://www.handinhandhomeschool.com/resources/reading/levels-of-comprehension.php.

Literal reading

Once a relatively consistent lexical stock has been formed, gradually, the learner realizes the morphology that sustains the words, the connections between them, the syntactic structures. They can now approach the text by raising questions about its narrative content, by looking for decoding tools and clues. The transition is made from learning disparate words to making connections between them and deriving meanings from units that are larger than words.

Apart from their unitary linguistic configuration, texts offer specialized information as well depending on the area of interest which they address.

In foreign language learning, text exploitation is usually related to the notion of *contextualization*. Context-based learning is efficient in the sense that the learners are offered a coherent, consistent informational environment that facilitates both overall and detailed comprehension. Contexts activate the reader's perspicacity to recognize already familiar linguistic combinations and, aided by the surrounding linguistic elements, to identify new ones and estimate their meaning. The polysemic nature of the linguistic sign governs its adaptability to various contexts. Inference leads to meaning disambiguation and thus to the correct reception of the message. Further on, a correct reading of a text stimulates the learner's/reader's initiative to create their original texts based on this "initial prototype" and promotes their creativity.[2]

Students in acting, too, work with the printed text in various ways according to their specific purpose. Of course, the challenge is greater when they must work directly with texts in a foreign language, case in which they must respect all the requirements pertaining to the use of a foreign language.

In either instance, however, they may first want to get a general picture of the text, to appraise its overall informational format, substance and purpose.

An efficient facilitator of reading skills development is *silent* reading. During silent reading, while concentrating either on small units, (key)words taken separately or on larger textual segments like sentences or, later, on paragraphs, the student in acting prepares in this way to 'recite' the text , to 'speak out loud' to the public. Silent reading is actually reading *aloud in the mind*. Both the actor, who trains to perform before an audience and the learner of a foreign language, who trains to interact with another user of that language, benefit greatly from the use of silent reading. By reading, silently or aloud, speaking is improved. Pronunciation drills contribute substantially to retentive memory enhancement in general and are very important for linguists and the actors alike.

Interpretive or inferential reading

The level of lexical acquisition and the basic rules that apply to the way in which words connect have prepared the foreign language learners to make *inferences* about what they read and to start looking for clues that will bring them nearer the understanding of the complex relationships underlying the message contained in a text. At this stage, the leaner

[2] Contextualization, https://www.juxtasoftware.org/how-to-contextualize-in-an-essay/

should be able to identify some of the basic components of the text, such as the main idea or the point of view, the identification and the role of the main character, etc. The texts that are proposed in manuals or textbooks as practice for interpretive reading are usually rather short, around 300 to 500 words and not very dense either. Their role is to facilitate an easier access to that kind of information that the learner can identify easily and then subject to inquiry.

Just as in acting rehearsals, interpretive reading is applicable to loud reading, allowing thus the learner to focus more intently on the issues that may be relevant to the economy of the text on the whole, without, however, looking for finer details that are specific to the creative analytical type of reading.

The student in acting studies a script or a literary text in order to extract from it the ingredients necessary for the construction of a dramatic part. They look for key notions, ones that help them to get acquainted with the text in general, for various bits of information that can guide them and let them know what the text is about. "What's the first thing you're looking for when you open the script and begin to read? Are you looking for the dramatic scope of the character, the wonderful lines that you will speak, or the great scenes that you'll get to play? […] I want to know how my character is described and with whom she interacts. I have this technique of quickly breezing through the pages and noting with a Post-it the scenes that include my character. Then I will start at the beginning, reading only the scenes that I have marked, to get a picture of this character as she stands by herself. […] The screenplay format gives everyone on the cast and crew the information that they will need to begin doing their jobs. It's the same with the actor. Most actors will go straight for the dialogue in a script and want to know what they have to say." (Haase, 113) This type of reading guides the reader towards the essential information that should be identified during a first reading of a text, highlighting the 'major nodes of relevance,' those elements that facilitate the transition to the deeper level of reading.

Applied reading

When we *apply* reading, the transition is made from the interpretive reading to a type of reading that offers the reader the possibility to make complex text-based or text-related connections. The language learner can now *analyze* the items of information they read, *link* them logically, and *infer* their meanings. The reader sees more than words, their see their connections and understand their meanings, can raise problems related to a text they understand both in detail and in its unitary, overall configuration. The text message is processed, and that means that the learner can make their own judgements and decisions relative to what they have discovered in the text.

This type of reading takes the learner deeper in the informational text structure, involving them more in their text-based search for information. The activity of reading becomes more purposeful and the knowledge yield therefore more substantial. It is the point when creativity is stimulated intensely. Reading is fuel for the brain. The leaner can now create their own mental (con)text based on and in response to the text they have read. This stage in reading comprehension has been termed as 'creative or affective reading,' when the learner's creativity comes into play more evidently due to the sustained participation in the reading of that text. The communicative relationship between the reader-learner and the

reading text is now distinctly delineated. This is the cathartic effect the text exercises on the reader, the same as in art, and through this, reading becomes an artistic tool itself.

The student in performing arts, whether stage or screen performance, works with the text of the play or with the movie script analytically. Due to the adaptations that are made to the original text, these texts change, they undergo transformations to suit tastes and styles and times. Yet, there is always something from the original text that remains unaltered. "The screenplay format gives everyone on the cast and crew the information that they will need to begin doing their jobs. It's the same with the actor. Most actors will go straight for the dialogue in a script and want to know what they have to say. This is a mistake, because dialogue is the thing most likely to change in a film." So, before things change, the actor needs to have already understood the essentials, the heart of the text that pumps blood into the veins of the performance. Then, due to the connections they make, they can understand the purpose of the alterations and how to reformulate the character's identity. "Once a director has started to visualize the story, his vision will be incorporated into the wording of all the elements of the script. The script gives you the characters, dialogue, plot, and structure, and the director decides how to put them on the screen." (Haase, 113-115)

The texts the student in acting works with fulfil their formative functions in multiple ways. From theoretical didactic texts, to the original literary text of the play or the text of the film script, the student learns how to become skilled in the art of acting. All of them contain the necessary paraphernalia for the trainee's preparation, and none of them is superfluous. For a person who wishes to embrace the acting profession, reading extensively is essential. The variety of sources the acting student is expected to approach will enhance their flexibility in understanding their parts and will help them to discover their own potential as performers of those parts.

In foreign language learning, things are no different. Once you have become literate in a foreign language, you start to grow, to develop as user of it. For this you need materials for didactic purposes, most of them reading materials, and materials with an educational valence, ones that will keep you in permanent contact with all which that language means: culture, history, law, literature and all the rest.

Conclusion

The comprehension of the written text is part of the four skills necessary for communication and it is in permanent interaction and inter-determination with the other three skills, listening, speaking and writing. In foreign language learning, text exploitation is usually related to the notion of *contextualization*.

Apart from teaching about the intricacies of the linguistic configuration, texts offer specialized information as well depending on the area of interest which they address.

Reading comprehension is a tool of understanding, a facilitator of the object (written text) - mind dialogue, a dialogue that is actually *the* mind-to-mind dialogue. During the reading activity, multiple cognitive processes are activated and an entire performance is orchestrated. The reader becomes simultaneously explorer of unknown territories,

archeologist of meanings, architect of text structures, segment and node of the communicative process, and, very importantly, recipient of knowledge. The brain of a reader is in a permanent state of positive, constructive and sane alertness and, consequently, it is constantly renewed. The mental processes that are involved and activated when we read shape, reshape and improve our thinking all along. The learners of a foreign language as well as the trainees in acting read texts that have been conceived as unitary patterns of communication and obey correct language norms, so we can say that reading is mind schooling irrespective of the area it addresses.

Reading to learn a new language or reading to act a situation from within the skin, mind and heart of a character, is, ultimately an act of artistic creation.

The reading text makes the reader simultaneously a trainee in working with the written text, an indirect participator to its construction, and a future generator of other texts. This is why, whatever direction knowledge acquisition may take, the written text will hardly ever be replaced by something else. After all, seeing is believing,

References

Broughton, Geoffrey, Brumfit, Christopher, Flavell, Roger, Hill, Peter, Pincas, Anita. (2003). *Teaching English as a Foreign Language*, Routledge.

Dodigovic, Marina. (2005). *Artificial Intelligence in second Language Learning. Raising Error Awareness*, Multilingual Matters, Ltd.

Haase, Cathy.2003. *Acting for Film*, Allworth Press, NY.

Schreiber, Terry, (with) Barber, Mary. 2005. *Acting. Advanced techniques for the actor, director and teacher*, Allworth Press, NY.

The Role of Skills in Foreign Language Learning and in Learning Acting. Reading

Lucreţia-Dorina Loghin, Lecturer, Ph.D.
"Babeş-Bolyai" University, Cluj-Napoca

Abstract
Studying performing arts or a new language entails dexterity in all competencies involved in the process. Reading and writing, speaking and listening are equally important to one's progress towards proficiency in either case. Both are domains of communication that involve actively the communicator, who needs thorough preparation in all the four skills. This article proposes a set of comparative considerations regarding the role played by reading in acquiring expertise in these two fields of activity.

***Key words**: reading comprehension, inferential reading, creative reading, acting, foreign language acquisition*

Introduction

There cannot be optimal information acquisition (optimal acquisition and optimal information) during the process of either acting or foreign language learning without a correct understanding of the concept of *text*, written or oral, along with all its implications.

Texts are basic components of messages. When they have a logical configuration, they systematize communication. The messages that are operated during systematic communication are necessarily productive in that they impart manifold perspectives for practical interpretation.

Texts make the world go round. When texts made the transition from oral to written, they acquired stability and, in this way, permanence. The word was no longer fleeting but 'fixed' in a graphic structure that can be perceived not only with the ear but also with the eye. Thus, the word has become durable and accessible and, very importantly, verifiable. On account of its stability and of the fact that the information it conveys is assumed to remain unadulterated, the written text lends itself to deeper, more diverse and repeated interpretations than the oral text does; hence, its inspirational attribute.

In the same way as speaking begets speaking, writing begets writing. One text produces other texts and sustains communication both synchronically and diachronically. Through the written text, the past is now more provably related to the present and the future.

There is hardly any efficient learning in the absence of written texts. By studying texts in their concrete representation, knowledge acquisition is reinforced and enriched. Texts make an excellent support to any learning programme due to their accessibility.

When learning a new language, we need to have the printed support of the information we are trying to acquire. The student in acting, too, needs the printed text of their part to study and re-study until the desired result is attained.

The importance of fulfilling a correct communicative act, which derives from the need to solve life problems, whether public or confidential, is unquestionable. It is hard to avow which of the two forms of communication should be ranked first, the oral or the printed one. The former is more 'available,' 'ready-to-employ' anywhere and anytime, so probably this kind of communication offers wider ranges of usage, but the trump attribute of printed text is its longer-lasting stability as compared to the fleetingness of the spoken word.

Relevance of reading

Whatever the domain, reading is a permanent presence in life. It promotes information and sustains education. Reading cannot be ignored or removed from our daily practices irrespective of the purpose for which it is done. Reading means learning and developing.

The learner of a foreign language uses books with printed information right from the onset of their endeavor. The student in acting is in constant contact with written texts, from which they extract their preparation materials, materials that, as are in any domain, perform a constant formative function.

When reading, one looks for understanding of what is contained in a text: its message, its structure, its grammar, everything a text yields to the mind. The language learner looks for the understanding of a language through texts, the student in art studies texts in order to find ways of interpreting the artistic message and to include it in their own artistic performance. In both cases, we can speak of a recurrent materialization of texts, which are redefined within diverse and multiple practical applications.

The learner of a new language approaches the text, at least before they reach a fairly high level of competency, in a more or less technical, procedural way. They look for orderly environments that can provide them the stability and the safety any beginner needs in the process of decoding a new paradigm. In this phase their investigation is predominantly operational, rule-observing and theory-related. The text helps the beginner to weave their own cognitive (con-) text, a framework that will accompany them throughout their entire learning endeavour. At this stage, it is imperative that the learner appropriate the reality of the language, respectively of the study domain, performing arts, in our case, efficiently. In this way, their work with and inside that informational territory is likely to be beneficial.

The student who studies art, approaches the text in terms of its manifold forms of depicting the relationship between man and the sublime. In this case the reading of texts is introspective, critical and creative. Artistic production draws its sap from a great selection of texts, which the more diverse, the higher the chance of artistic accomplishment. Art is meant to reproduce, explain, teach about life and offer solutions to correct its errors. That is why artistic representation is in a perpetual process of molding its outline and structure. This process needs permanent refreshing in terms of sources (texts) on both axes, synchronic and diachronic.

Productive reading

The language one attempts to learn, whether it is a new idiom or the language of an artistic expression, depends heavily on the written text, the material support for learning, concrete and also verifiable at any time. The first eye contact with any text is evaluative in terms of length and density, after which the text is *studied*, investigated and understood in its complexity. This activity relates to the minute analysis of the nature of the information contained in it. This is actually the most significant part of the learning process. During this second phase of the work with the written text, cognitive mechanisms (word form recognition, word, sentence, paragraph and overall text meaning inference and interpretation) are involved at great length. This enables the reader to *establish a relationship* with the text they study.

In foreign language learning, in order to understand a text whether oral or written, one needs to have at least the basic knowledge of the lexical units it contains and of its configuration, its grammar. When we read a text written in a foreign language, we need to understand the words and their relationships, knowledge which will eventually facilitate the extraction of the meaning of that text.

When the meaning is correctly decoded, the learners enter the third phase of their enterprise, the operational phase, when they start to 'handle' texts independently.

We read and *understand* the text, understanding which encourages us to produce our *own meaningful* structures. From mere absorbers of knowledge, we move on to become producers and disseminators of knowledge. We become productive. When we read, we 'see', we understand, and we believe. Gaining belief, or (self-)confidence encourages initiative: we move on, step by step towards gaining independence in using the new language.

An efficient way to improve not only reading but language skills on the whole is *loud reading*. When we read aloud, we improve our cognitive abilities, we shift our focus from one idea to another and 'play' with the multiple meanings contained in the text. Loud reading allows the learner to adapt phonologically to the new language. Loud reading is extremely beneficial in developing the speaking competences that are employed independently in free conversations, starting with phonetic skills, an awareness of grammar and culminating in spontaneity and creativity in oral production.

The foreign language learner approaches the reading text when they are *prepared* to distinguish, to see a unitary structure that is made up of the information they have so far acquired as lexical fragments. They can proceed by putting together the pieces of the text puzzle.

On the other hand, an actor is 'trained' to see and to listen on a regular basis – seeing and listening are very important actions when one learns the art of acting. After all, the specificity of this domain lies in orality and visibility. Acting is made to be performed for audience. What the actor does by means of movement and voice is seen and heard by the public. There takes place a dialogue between the actor and their audience, a dialogue in which only the actor voices their message, their text, whereas the audience formulates voiceless replies, in their mind. The actor apprehends the audience's reply only intuitively, through their reaction to the performance. The voiced text of the actor during the

performance elicits rather than a verbal reaction from the audience, a reaction on the level of consciousness, which can be prompt, but also remote, when the spectator takes their time to process the effects of the artistic act.

In order to be able to offer the expected excellence in their performance – in its very essence a seeing-hearing act – the actor's training entails not only hearing and speaking preparation but also intensive and extensive reading and also writing. The exposure to and the employment of the four skills happens in a blended way and, for optimal benefits, it must become a constant pursuit of quality. The learner of a new language must obey the same set of rules applicable indiscriminately to all the four skills. Both the acting trainee and the learner of a new language are permanently exposed to and are in full contact with texts, part of them spoken part of them written. Also valid in the case of the learner of a new language, the preparation for a part faces the acting student with "a series of complex choices in any medium, so it's best to start by investigating the raw material of you and discovering your responses to stimuli." (Haase, 19)

The printed text could be considered 'raw material' for learning in both domains. From the original text, the learner can move on to extrapolate, to develop, to adjust and ultimately to devise their own texts. The text the learner reads offers them a structured form of language, one which provides them with an identifiable linguistic pattern that is based on logical grammatical and semantic connections. This is generally referred to as *context*, a linguistic environment that contains all the conceptual components that facilitate the understanding of the message contained in it. Readers read, in fact, messages.

For the learner of a foreign language, the reading text represents an excellent means of language acquisition. When they approach the reading text, they look for relevant information that will eventually help them to communicate their own ideas unrestrictedly. They derive their freedom of using the new language from the fact that any text has been constructed with the idea of freedom of expression in mind.

Also, the reading text allows for a lasting contact with the language, in the sense that the learner may examine and re-examine it at length, which facilitates understanding and promotes creativity in the form of human-to-human communication. Behind a text there is a human mind that has created it. The text-learner communication is such communication in which a definite structure elicits indefinite interpretations in compliance with the rules of logical acceptability. So long as the reading text facilitates the acquisition of information that enables the learner to build up logical structures independently, it fulfils its educative purpose successfully. Reading is thus productive. The goal of communication as promoter of constructive social relationships has been fulfilled.

Progress stages in reading

The learner who approaches texts either as sources of foreign language acquisition or as acquisition of knowledge in a certain domain like that of performing arts, usually covers the stages of comprehension

relative to the written text: *lexical*, *literal*, *interpretive*, and *applied* reading.[3] The reader resorts to these learning stages according to their particular needs. The foreign language learner will have to cover all the four stages before they are able to be independent users of that language. The student in performing arts covers some of these stages if the texts are in the native tongue but all of them if the texts are in a foreign language.

Lexical reading

During the initial period of foreign language learning, the reading text is approached mostly as a source of information as well as a support framework for learning the grammar of that language. The text a learner reads offers them a rich range of identifiable structures that can be appropriately processed and retained for further employment. Beginning with the alphabet, the letters of a specific language associate themselves to make words and sentences. In this way, ideas are conveyed. In order to memorize words, the learner 'recites' them loudly and/or silently. In this way, reading also activates the oral, phonetic and phonological features of lexical learning. This is due to the complexity of the cognitive processes that participate actively and simultaneously in the acquisition process. Any language has its own particular melody, which plays an essential role in identifying and in understanding it when heard, as well as in making ourselves understood when speaking it ourselves. Reading entails this condition, namely that we, as learners of a new language, must embrace and 'exercise' its 'music' when we study that language by reading it in texts.

At elementary level, the learners merely familiarize themselves with words without the unitary frame of a text.

Learning words as independent items is generically referred to as the *lexicalization* stage. The words one leans are meaningful and once their meaning is identified the cognitive process of 'semantization' is activated. From that moment on, learning words becomes a regular activity which intertwines with other learning activities throughout the entire process of foreign language acquisition.

The foreign language learner *skims* for bits of lexical items, for unknown words or, gradually, for key words, the elements that help the reader to move efficiently within the text perimeter and are therefore valuable aids in productive reading. This load of information, once acquired in sufficient amount, facilitates the correct decoding of the textual message.

The student in acting also skims for sets of information during the first contact with the text which they will eventually study in detail. They start their 'literacy' process relative to the text they need to internalize in order to be able to eventually perform before an audience.

Once a basic lexis has been acquired and developed and the connections between its various items have been clarified, the language learner is motivated to approach larger

[3] Hand in Hand Education, https://www.handinhandhomeschool.com/resources/reading/levels-of-comprehension.php.

linguistic configurations, texts. "The efficient reader must have a clear understanding of *the grammatical relationships* which hold between the lexical items, and he needs to grasp the semantics of a particular grammatical item in a particular context." (Broughton, Brumfit, Flavell, Hill, Pincas, 95)

Literal reading

Once a relatively consistent lexical stock has been formed, gradually, the learner realizes the morphology that sustains the words, the connections between them, the syntactic structures. They can now approach the text by raising questions about its narrative content, by looking for decoding tools and clues. The transition is made from learning disparate words to making connections between them and deriving meanings from units that are larger than words.

Apart from their unitary linguistic configuration, texts offer specialized information as well depending on the area of interest which they address.

In foreign language learning, text exploitation is usually related to the notion of *contextualization*. Context-based learning is efficient in the sense that the learners are offered a coherent, consistent informational environment that facilitates both overall and detailed comprehension. Contexts activate the reader's perspicacity to recognize already familiar linguistic combinations and, aided by the surrounding linguistic elements, to identify new ones and estimate their meaning. The polysemic nature of the linguistic sign governs its adaptability to various contexts. Inference leads to meaning disambiguation and thus to the correct reception of the message. Further on, a correct reading of a text stimulates the learner's/reader's initiative to create their original texts based on this "initial prototype" and promotes their creativity.[4]

Students in acting, too, work with the printed text in various ways according to their specific purpose. Of course, the challenge is greater when they must work directly with texts in a foreign language, case in which they must respect all the requirements pertaining to the use of a foreign language.

In either instance, however, they may first want to get a general picture of the text, to appraise its overall informational format, substance and purpose.

An efficient facilitator of reading skills development is *silent* reading. During silent reading, while concentrating either on small units, (key)words taken separately or on larger textual segments like sentences or, later, on paragraphs, the student in acting prepares in this way to 'recite' the text , to 'speak out loud' to the public. Silent reading is actually reading *aloud in the mind*. Both the actor, who trains to perform before an audience and the learner of a foreign language, who trains to interact with another user of that language, benefit greatly from the use of silent reading. By reading, silently or aloud, speaking is improved. Pronunciation drills contribute substantially to retentive memory enhancement in general and are very important for linguists and the actors alike.

[4] Contextualization, https://www.juxtasoftware.org/how-to-contextualize-in-an-essay/

Interpretive or inferential reading

The level of lexical acquisition and the basic rules that apply to the way in which words connect have prepared the foreign language learners to make *inferences* about what they read and to start looking for clues that will bring them nearer the understanding of the complex relationships underlying the message contained in a text. At this stage, the leaner should be able to identify some of the basic components of the text, such as the main idea or the point of view, the identification and the role of the main character, etc. The texts that are proposed in manuals or textbooks as practice for interpretive reading are usually rather short, around 300 to 500 words and not very dense either. Their role is to facilitate an easier access to that kind of information that the learner can identify easily and then subject to inquiry.

Just as in acting rehearsals, interpretive reading is applicable to loud reading, allowing thus the learner to focus more intently on the issues that may be relevant to the economy of the text on the whole, without, however, looking for finer details that are specific to the creative analytical type of reading.

The student in acting studies a script or a literary text in order to extract from it the ingredients necessary for the construction of a dramatic part. They look for key notions, ones that help them to get acquainted with the text in general, for various bits of information that can guide them and let them know what the text is about. "What's the first thing you're looking for when you open the script and begin to read? Are you looking for the dramatic scope of the character, the wonderful lines that you will speak, or the great scenes that you'll get to play? […] I want to know how my character is described and with whom she interacts. I have this technique of quickly breezing through the pages and noting with a Post-it the scenes that include my character. Then I will start at the beginning, reading only the scenes that I have marked, to get a picture of this character as she stands by herself. […] The screenplay format gives everyone on the cast and crew the information that they will need to begin doing their jobs. It's the same with the actor. Most actors will go straight for the dialogue in a script and want to know what they have to say." (Haase, 113) This type of reading guides the reader towards the essential information that should be identified during a first reading of a text, highlighting the 'major nodes of relevance,' those elements that facilitate the transition to the deeper level of reading.

Applied reading

When we *apply* reading, the transition is made from the interpretive reading to a type of reading that offers the reader the possibility to make complex text-based or text-related connections. The language learner can now *analyze* the items of information they read, *link* them logically, and *infer* their meanings. The reader sees more than words, their see their connections and understand their meanings, can raise problems related to a text they understand both in detail and in its unitary, overall configuration. The text message is processed, and that means that the learner can make their own judgements and decisions relative to what they have discovered in the text.

This type of reading takes the learner deeper in the informational text structure, involving them more in their text-based search for information. The activity of reading

becomes more purposeful and the knowledge yield therefore more substantial. It is the point when creativity is stimulated intensely. Reading is fuel for the brain. The leaner can now create their own mental (con)text based on and in response to the text they have read. This stage in reading comprehension has been termed as 'creative or affective reading,' when the learner's creativity comes into play more evidently due to the sustained participation in the reading of that text. The communicative relationship between the reader-learner and the reading text is now distinctly delineated. This is the cathartic effect the text exercises on the reader, the same as in art, and through this, reading becomes an artistic tool itself.

The student in performing arts, whether stage or screen performance, works with the text of the play or with the movie script analytically. Due to the adaptations that are made to the original text, these texts change, they undergo transformations to suit tastes and styles and times. Yet, there is always something from the original text that remains unaltered. "The screenplay format gives everyone on the cast and crew the information that they will need to begin doing their jobs. It's the same with the actor. Most actors will go straight for the dialogue in a script and want to know what they have to say. This is a mistake, because dialogue is the thing most likely to change in a film." So, before things change, the actor needs to have already understood the essentials, the heart of the text that pumps blood into the veins of the performance. Then, due to the connections they make, they can understand the purpose of the alterations and how to reformulate the character's identity. "Once a director has started to visualize the story, his vision will be incorporated into the wording of all the elements of the script. The script gives you the characters, dialogue, plot, and structure, and the director decides how to put them on the screen." (Haase, 113-115)

The texts the student in acting works with fulfil their formative functions in multiple ways. From theoretical didactic texts, to the original literary text of the play or the text of the film script, the student learns how to become skilled in the art of acting. All of them contain the necessary paraphernalia for the trainee's preparation, and none of them is superfluous. For a person who wishes to embrace the acting profession, reading extensively is essential. The variety of sources the acting student is expected to approach will enhance their flexibility in understanding their parts and will help them to discover their own potential as performers of those parts.

In foreign language learning, things are no different. Once you have become literate in a foreign language, you start to grow, to develop as user of it. For this you need materials for didactic purposes, most of them reading materials, and materials with an educational valence, ones that will keep you in permanent contact with all which that language means: culture, history, law, literature and all the rest.

Conclusion

The comprehension of the written text is part of the four skills necessary for communication and it is in permanent interaction and inter-determination with the other three skills, listening, speaking and writing. In foreign language learning, text exploitation is usually related to the notion of *contextualization*.

Apart from teaching about the intricacies of the linguistic configuration, texts offer specialized information as well depending on the area of interest which they address.

Reading comprehension is a tool of understanding, a facilitator of the object (written text) - mind dialogue, a dialogue that is actually *the* mind-to-mind dialogue. During the reading activity, multiple cognitive processes are activated and an entire performance is orchestrated. The reader becomes simultaneously explorer of unknown territories, archeologist of meanings, architect of text structures, segment and node of the communicative process, and, very importantly, recipient of knowledge. The brain of a reader is in a permanent state of positive, constructive and sane alertness and, consequently, it is constantly renewed. The mental processes that are involved and activated when we read shape, reshape and improve our thinking all along. The learners of a foreign language as well as the trainees in acting read texts that have been conceived as unitary patterns of communication and obey correct language norms, so we can say that reading is mind schooling irrespective of the area it addresses.

Reading to learn a new language or reading to act a situation from within the skin, mind and heart of a character, is, ultimately an act of artistic creation.

The reading text makes the reader simultaneously a trainee in working with the written text, an indirect participator to its construction, and a future generator of other texts. This is why, whatever direction knowledge acquisition may take, the written text will hardly ever be replaced by something else. After all, seeing is believing,

References

Broughton, Geoffrey, Brumfit, Christopher, Flavell, Roger, Hill, Peter, Pincas, Anita. (2003). *Teaching English as a Foreign Language*, Routledge.

Dodigovic, Marina. (2005). *Artificial Intelligence in second Language Learning. Raising Error Awareness*, Multilingual Matters, Ltd.

Haase, Cathy.2003. *Acting for Film*, Allworth Press, NY.

Schreiber, Terry, (with) Barber, Mary. 2005. *Acting. Advanced techniques for the actor, director and teacher*, Allworth Press, NY.

MEDIA EDUCATION AND ITS AVATARS IN THE AGE OF DIGITAL DISRUPTION

Viorel Nistor
Lecturer, PhD, "Babeș-Bolyai" University of Cluj-Napoca

Abstract: The study aims to define the concept, to emphasize the role, to explain the need and to examine the benefits of media education in the age of digital journalism, starting from the transformations that the technological evolution has generated in the media communication, going through the threats to which it is subjected and reaching the imperative of a new literacy of the entire media field. The paper, focusing first on the interest shown and the forms of manifestation of media education at EU level, will be dedicated, finally, to the intentions, concerns, efforts and effective forms of manifesting the media literacy in the country of Romania. Through a different approach, the paper also offers an overview of this new territory (practice and research), a typology of forms of media literacy and an exposition of the ways in which media education is (can be) done, and can be used as a working tool by both media professionals, school or informal educators.

Keywords: media education, media competence, fake news, critical judgment

Introducere

Contextul mediatic actual, definit de apariția și dezvoltarea unui nou ecosistem media (la rândul lui, aflat într-un continuu proces de metamorfozare), se caracterizează prin extinderea aproape fără limite a accesului la informație și prin creșterea exponențială a consumului acesteia, toate în „regatul" tehnologiei digitale. Pe scurt, această nouă stare de fapt poate fi descrisă astfel:

- În trecutul nu foarte îndepărtat, monopolul comunicării era deținut de câteva entități media foarte puternice (trusturi), independente și influente asociate celei de-a "patra puteri" în stat; acest monopol s-a „spart", puterea o regăsim în mult mai multe locuri
- Prin dezvoltarea tehnologiei digitale și prin accesul facil (relativ ieftin) la beneficiile ei, a crescut foarte mult accesul la informație și la consumul acesteia
- Internetul, platformele online, social media au făcut posibil ca persoane fizice și organizații private să creeze și să distribuie conținut pentru mari mulțimi de oameni, cu un cost mic sau deloc
- Distribuitorii de conținut au învățat să ocolească „păzitorii" obișnuiți ai informației din epoca printului și a online-lui primar, cum sunt editorii profesioniști sau verificatorii de fapte
- Scăderea rolului filtrelor de control tradiționale a dus la scăderea calității, profunzimii și acurateții informațiilor
- S-au creat condiții potrivite de apariție a informațiilor neadevărate sau interesate, a realității alternative, a fenomenului „fake news"
- Noul context a oferit prilejul actorilor interesați ai comunicării (din politică și geopolitică, economie, industria divertismentului, activiștilor, militanților, teroriștilor, fiecărei persoane sau oricărui grup etc.) să profite în felul propriu

- Aceste fenomene au schimbat dramatic relațiile între actori și raporturile de putere în producerea, consumul și distribuirea informațiilor, au afectat raporturile de putere în societate
- Numărul persoanelor care își iau știrile de pe internet crește constant, în timp ce numărul populației care își primește informațiile din alte surse (tipărite, TV sau altele) scade în continuu.

Așa cum se întâmplă de obicei, precum marile riscuri și amenințări se pot transforma în oportunități, este valabilă și viceversa, ca marile beneficii să devină, deopotrivă, vulnerabilități și riscuri. În general, jurnalismul tradițional funcționa/funcționează pe baza unui proces de colectare și filtrare profesionistă a informației, având ca elemente cheie asumarea și ca suport mecanisme profesioniste de selectare și verificare a conținutului informației difuzate. În noua eră digitală, de „democratizare" a comunicării, rolul acestor instrumente de profesionalizare a informației a scăzut și, odată cu asta, și nivelul de acuratețe al acestora. În aceeași măsură, se schimbă și relațiile între toți actorii implicați în acest proces (producători-consumatori și consumatori-producători), dar și raporturile dintre ei. Iar oamenii, cetățenii, marele public (parte a acestui proces), în măsura în care participă (adică se pot exprima și pot împărtăși aceste beneficii) ei pot fi și manipulați, dezinformați, abuzați de către alți actori rău-intenționați, devenind vulnerabili, nesiguri și neîncrezători în noul sistem. Aceste consecințe directe și efecte negative au devenit evidente, de la apariția și proliferarea fenomenului „fake news" (care perturbă substanțial comunicarea mediatică), până la dezinformare și manipulare politică (care perturbă dramatic democrația și fundamentul politic al societății).

La fel de evidente au devenit însă și întrebările care au intrat în incidență cu această nouă realitate mediatică: erau/sunt cetățenii acestor democrații pregătiți pentru aceste schimbări; au învățat îndeajuns ce este Internetul și cum pot să „navigheze în aceste ape tulburi" fără a se rătăci; au abilitatea de a face alegeri care să le protejeze idealurile democratice; știu ei să-și prezerve propriile interese în epoca comunicării participative. În cele mai multe cazuri, răspunsul, constatările și cercetările făcute sunt negative. În sens contrar, încrederea în mass-media tradiționale scade tot mai mult, iar riscurile devin tot mai mari, începând să amenințe însăși temelia statelor și a proceselor democratice.

În fața acestor pericole majore, era necesar a se căuta soluții, care să-i apere pe cetățeni de o informare toxică și să protejeze societatea democratică de șubrezirea unuia din pilonii principali, libertatea de informare/exprimare. Căile identificate sunt diverse, de la „popularizarea" fenomenului „fake news", la încercarea de recredibilizare a jurnalismului sau apariția fact-checking-ului, ca verigă suplimentară de credibilizare a comunicării publice și altele, cu o eficiență discutabilă, în fiecare caz. Există însă un consens în ceea ce privește calea cea mai bună de contracarare a manipulării și dezinformării în era digitală și anume soluția educației media, a competențelor și alfabetizării media, ce își găsește loc la toate nivelurile, de la cele decizionale și profesionale și până la cel al publicului. Educația media ar fi fundamentul sigur și stabil care asigură, pe termen lung, independență de gândire și spirit critic, echilibru în sânul societății.

Ce este educația media

Educația media nu este un tip de acțiune formativă omogenă, uniformă, compactă, dimensionată/direcționată cu precizie în timp și spațiu și cu o finalizare riguros măsurabilă. Este mai degrabă un proces difuz și eterogen, transversal, dispersat (în întreg spectrul social) și continuu (cu durată nelimitată în timp), compus dintr-o serie de inițiative formative foarte diverse și de practici aplicate la toate nivelurile, în perspectiva dobândirii, de către beneficiarii actului educativ, a unor abilități critice, de înțelegere, de interpretare și de reacție în fața mesajului mediatic (pervertit). Educația media este, deopotrivă, o temă de cercetare, un prilej de reflecție și autoreflecție pentru jurnaliști și o necesitate pentru public. Educația

media, înțeleasă ca dobândirea de competențe media sau alfabetizarea media în contextul digital este o chestiune relativ nouă, complexă și se manifestă ca un proces în evoluție. Nu există o singură abordare și accepțiune în ceea ce privește definirea termenului și nici o singură metodă sau procedură de aplicare.

La modul general, actorii și factorii interesați de acest proces de educare și alfabetizare mediatică sunt societatea civilă (în toate manifestările ei), autoritățile publice, instituții de cercetare (academice), furnizorii de conținut audiovizual, platformele online, autoritățile de reglementare a mass-media și asociațiile de jurnaliști. Subiectele sau temele de studiu sunt la fel de vaste și ar privi o imagine de ansamblu a literaturii de specialitate utilizate, exemple de bune practici, politici publice, reglementări legislative, activități ale actorilor cheie interesate, cum ar fi asociațiile jurnaliștilor etc. (Mason, 2018).

Cum era de așteptat, nu există o singură accepțiune în privința educației media, definițiile fiind complementare. De pildă, unii autori subliniază aspectul social și imperativul democratic, aceea care spun că „pentru ca o societate democratică să funcționeze, este necesar un jurnalism de calitate, care, pe de altă parte, necesită cetățeni educați. Profesionalismul, calitatea și credibilitatea informațiilor sunt determinate în mare măsură de competența media a utilizatorilor și de așteptările acestora față de mass-media" (Kanizaj, 2019). Pe de altă parte, educația media are o componentă pasivă, dar și una activă: „o persoană alfabetizată în mass-media poate decoda, evalua, analiza și produce atât materiale tipărite, cât și digitale. Obiectivul fundamental al alfabetizării media este autonomia critică în relația cu toate formele de mass-media" (Aufderheide, P., 1992). Alte definiții oferă perspective diferite în privința alfabetizării media, precum aceea că „înzestrarea oamenilor cu abilitățile necesare pentru a decodifica diverse mesaje este o luptă continuă, în care educatorii și jurnaliștii îi cheamă alături pe toți ceilalți. Alfabetizarea media ajută oamenii să găsească un echilibru între încrederea acordată surselor de știri și suspiciunea necesară pentru a le pune la îndoială" (Ireton, 2019). Raportat la beneficiarii procesului de alfabetizare, alți autori consideră că „toți cetățenii au nevoie de competențele procesului de educație mediatică pentru a fi manageri eficienți ai informațiilor, consumatori înțelepți, producători responsabili și participanți activi și eficienți la cultura actuală bazată pe mass-media, cu atât mai mult cu cât cantități aproape infinite de informații explodează prin internet și în mediile sociale" (Tessa, 2018). Definițiile privind educația media pot continua.

O altă distincție necesară și semnificativă privește tipurile de educație media, pornind de la diferențierea standard între educația formală și informală, precum și educația non-formală. Educația formală referitoare la media se raportează la programele educaționale, bazate pe prescripții și orientări obligatorii. Conceptul teoretic al educației media formale mizează pe faptul că „elevii vor învață cum să "înțeleagă" un produs media, să-i aprecieze critic sensul și scopul, să-i evalueze conținutul și aspectele formale și să recunoască metodele de manipulare utilizate de producătorii media." (Petranová, 2017). Pe de altă parte, educația media non-formală se manifestă într-un mediu extracurricular (înafara școlii), fiind „livrată de diverse companii și organizații non-profit și alte instituții care se concentrează pe grupuri specifice ale populației și desfășoară proiecte și activități pentru a dezvolta capabilitățile și abilitățile educatorilor din anumite domenii", susțin aceiași autori (Petranová, 2017). Cea de-a treia formă de inițiere media, educația informală, „se referă la obținerea cunoștințelor și la dobândirea abilităților și aptitudinilor prin experiența de zi cu zi, bazată pe contacte sociale" (Petranová, 2017), prin experiența de zi cu zi înțelegând comunicarea în cercurile familiale și în grupurile sociale, precum și dobândirea de cunoștințe direct prin utilizarea media. Sunt aspecte la care educatorii media de pretutindeni reflectează tot mai mult cu profunzime.

În fine, educația media este un concept care înmănunchiază un spectru de activități și practici, dispersate pe mai multe direcții, dintre care alfabetizarea media este doar cea mai cunoscută și frecventată. La această competență mediatică, se adaugă, potrivit studiului unui

grup de cercetători slovaci (Petranová, 2017), alfabetizarea ce implică analiza critică a conținutului media, alfabetizare digitală și informațională, dar și a filmului, abilitățile de lectură a știrilor, alfabetizarea pe internet, a securității online și a jocurilor digitale, precum și alfabetizarea comunicării media.

Fiind vorba despre un spectru foarte cuprinzător de tematici formative, pe de-o parte, și de destinatari, pe de altă parte, studiul ce urmează se va concentra asupra problemelor de educație media din perspectiva atenției acordate acestei discipline în țările membre UE, în general, și în România, în special, a formelor de instruire media pe care comunitatea profesioniștilor și societatea civilă le inițiază și le practică, de la nivel informal până la nivel instituțional.

Educația media în țările Uniunii Europene

Un studiu efectuat în cele 28 de state membre ale Uniunii Europene privind educația media din perspectivele enunțate mai sus arată care sunt preocupările instituționale și punctuale în aceste țări, care este importanța acordată acestei discipline, intensitatea, profunzimea și practicile efective la care s-a ajuns. Potrivit studiului (Petranová, 2017), preocuparea pentru educația media formală este abordată diferit în Europa. Marea Britanie are o bună tradiție în domeniu, dar, cu toate că are și legislație și un nivel ridicat al școlii, nu are nici cadre foarte calificate, nici interes prea mare din partea profesorilor și absolvenților pentru această disciplină. Țările nordice (Danemarca, Finlanda și Suedia) au toate o tradiție puternică în educația media, în Finlanda este predată transversal (nu ca materie separată), drept care există problema serioasă a rezultatelor și finalizării acestor cursuri. Tot transversal este menținută educația media în programele școlare din Belgia, Danemarca și Suedia. Cu toate că nu este obligatorie, această disciplină poate fi o opțiune pentru toți profesorii care lucrează cu copii și este bine dezvoltată în Olanda. Studiul arată un nivel ridicat al educației media formale în Ungaria și Germania, chiar dacă implementarea depinde de legislația federală în ultimul caz. Un nivel relativ bun al tratării disciplinei este sesizat în state precum Austria, Republica Cehă, Italia, Slovacia și Slovenia, iar în categoria țărilor care nu au tradiție și au probleme în implementarea unor politici de educație media în școli sunt Bulgaria, Letonia, Lituania, Polonia, Portugalia și România. Chiar și în Franța, țară cu un învățământ elaborat și evoluat, tema educației media este marginalizată și slab dezvoltată.

Pe de altă parte, educația media non-formală, tratată la nivel extracurricular și înțeleasă (și) ca un spectru de alfabetizări specifice (de la cea media, la cea digitală, cinematografică, a citirii știrilor, a securității sau a jocurilor digitale), este susținută și asigurată prin organizații non-profit, fundații și asociații civice. În general, este bine reprezentată în țările UE, iar uneori este chiar foarte dezvoltată, fiind ridicată la rang de educație formală. Inițiativele și activitățile de educație non-formală sunt îndreptate (uneori) pentru a instrui părinții și profesorii. Colectând, într-o formulă comparativă, inițiativele de educație non-formală existente în UE, studiul menționat (Petranová, 2017) „prezintă un rezumat al domeniilor educației media și a obiectivului dominant al inițiativelor de educație non-formală în fiecare țară". Acesta indică următoarele:

Austria - Dezvoltarea competențelor și alfabetizării media, alfabetizarea jocurilor digitale, realizarea de filme, securitatea pe internet; **Belgia** - Realizarea practică de filme, alfabetizare în domeniul filmului, jurnalismului; **Bulgaria** - Alfabetizare media, dezvoltarea creativității, lucrul cu informațiile și multimedia; **Croația** - Realizare practică de film, analiza critică a filmelor și a altor produse media, îmbunătățirea abilităților de comunicare; **Cipru** - Dezvoltarea analizei critice a conținutului media, abilități de comunicare; **Republica Cehă** - Alfabetizarea media, dezvoltarea abilităților de gândire critică, alfabetizarea lecturii; **Danemarca** - Alfabetizarea filmului, realizarea de filme practice, alfabetizarea media; **Estonia** - Jurnalism, dezvoltarea competențelor digitale; **Finlanda** - Dezvoltare de cercetări privind educația media, securitatea în mediul media; **Franța** - Aspecte pozitive și negative

ale jocurilor digitale, alfabetizarea filmelor; **Germania** - Siguranța pe internet, alfabetizarea media, abilitățile de comunicare, educația părinților cu privire la transmisiile de televiziune, **Marea Britanie** - Siguranța pe internet, media digitală, alfabetizarea în domeniul filmului, gândire critică, comunicare prin publicitate; **Grecia** – Alfabetizare în domeniul filmului, alfabetizare media, protecția copiilor și tinerilor în toate domeniile consumului media; **Ungaria** - Alfabetizare media, utilizarea sigură a internetului; **Irlanda** - Practici în domeniul filmului, abilități tehnice necesare pentru activitate în media digital; **Italia** - Pregătirea teoretică și practică a cadrelor didactice și a profesioniștilor în sfera educației media, dezvoltarea alfabetizării media în relație cu copiii și tinerii, alfabetizare digitală și competențe media, alfabetizare în lectură; **Letonia** - Instruirea cadrelor didactice, abilități digitale; **Lituania** - Protejarea copiilor împotriva influențelor negative ale internetului, alfabetizarea filmelor, sprijinirea alfabetizării vizuale și a creativității, analiza critică a conținutului media; **Luxemburg** - Alfabetizare digitală, activități de tip TIC, abilități tehnice; **Malta** - Alfabetizarea media a informațiilor, cunoștințe despre știri, abilități tehnice TIC; **Olanda** - Alfabetizare media pentru toate categoriile de vârstă, tehnologii de informare și comunicare și abilități tehnice; **Polonia** - Siguranța copiilor și tinerilor pe internet, educarea părinților cu privire la protejarea copiilor și tinerilor oameni; **Portugalia** - Aptitudini logice și creative ale elevilor; **România** - Pericole ale comunicării online, dezvoltare unor activități de alfabetizare media; **Slovacia** - Alfabetizarea media și competențele media, crearea practică de conținut media, protecția copiilor și tinerilor, utilizarea în siguranță a internetului, educația media pentru părinți; **Slovenia** - Gândire critică, analiză a conținutului media, discuții cu părinții cu privire la problemele legate de mass-media, **Spania** - Materiale pentru educația media, riscuri pe Internet; **Suedia** - Alfabetizarea lecturii, siguranța pe internet și protecția drepturilor copiilor.

Una dintre principalele concluzii ale studiului este că „alfabetizarea media este tipul de bază al educației media cărora statele membre le acordă cea mai mare atenție”. Centrele de educație existente (în diverse țări) contribuie inclusiv la formarea profesorilor și educarea părinților, iar activitățile lor includ monitorizarea stării și a nivelului alfabetizării media, publicarea de rapoarte de stare și de evoluție în diverse țări, pregătirea de materiale metodologice și de modalități practice pentru educația formală, nonformală și informală. O a doua importantă concluzie este că multe dintre țările studiate sunt preocupate de „dezvoltarea abilităților și a deprinderilor legate de gândirea critică și de analiza de conținut media” (Petranová, 2017). Numeroase web-site-uri și materiale tipărite ajută părinții și profesorii în efortul lor de a forma o atitudine și gândire critică în raport cu informațiile publicate și pentru a putea evita pericolele internetului. Apoi începe să prindă contur tot mai clar o formă de educație cinematografică (alfabetizarea filmului) prin festivaluri, concursuri, oportunități de producție, dar și dobândirea de abilități (de editare imagine, sunet etc.) și prelucrare post-producție. Tot mai profund și în tot mai multe țări se insistă asupra educației știrilor, axate pe dobândirea de competențe de lectură și de citire critică a acestora. Cumva surprinzător, în multe din aceste țări se acordă (ceva) mai puțină atenție jocurilor digitale, cu excepțiile de rigoare. Concluzia generală a studiului este că, în unele țări din UE, educația media nu este suficient de dezvoltată (Franța, Lituania, Letonia și Portugalia), iar în multe țări se practică un singur tip de alfabetizare sau se preferă activitățile și abilitățile practice în locul învățării reale complete, fundamentate teoretic. E nevoie deci de o atenție sporită asupra acestui fenomen complex. „Educația media și dezvoltarea competenței mediatice (atât formale, cât și nonformale) joacă un rol crucial în procesele de formare a unei populații conștiente și reflexive critic, capabile să utilizeze eficient mass-media”.

Educația media în România

În studiul amintit, România este prezentă, dar nu este catalogată a fi o țară foarte evoluată din perspectiva educației media. O cercetare mai în profunzime a fenomenului ne

arată că în țara noastră există inițiative și activități (mai mult sau mai puțin dezvoltate) din toate formele de educație media: formală, non-formală și informală. Educația media formală a avut un start bun, se poate spune, chiar dacă destul de întârziat. Astfel, un grup de lucru din Agenția de Monitorizare a Presei, coordonat de jurnalistul Mircea Toma, editează manualul intitulat „Competență în mass-media" în cadrul programului „Sistem integrat de mass media pentru liceu" – MediaSIS, finanțat din fonduri UE. Volumul, publicat în vara anului 2004, își propune, potrivit autorilor, „să contribuie la dezvoltarea spiritului critic și să consolideze rezistența la manipularea prin media și publicitate în rândul elevilor de liceu". Acțiunea a fost coordonată cu Ordinul 4730/22.09.2004 al ministrului Educației și Cercetării prin care o nouă disciplină, intitulată „Competență în mass-media", era acceptată în curriculum-ul școlar de liceu, sub formă opțională și la decizia școlii, cu un buget de timp de o oră/săptămână. Un an mai târziu, apare o nouă publicație tematică, intitulată „Competență mass-media. Ghidul profesorului", care, așa cum îi indică numele, este un ghid pentru cadrele didactice care, prioritar, predau cursul opțional „Competență în mass media" la liceu, rezultat al experienței didactice a celor care predaseră deja cursul amintit. „Pe lângă introducerea opționalului în programa școlară – și aici sprijinul Ministerul Educației a fost indiscutabil – 120 de profesori au fost pregătiți să-l predea și manualul elevului și ghidul profesorului au fost editate", spune Nicoleta Fotiade, unul dintre inițiatorii programului (Fotiade, 2016). Același autor estimează că disciplina a fost predată în câteva sute de licee, fără ca să existe o evidență clară (la minister) a acestui lucru și fără a se ști azi cât și unde se predă. Pentru acest nivel de formare, manualul oferă cunoștințe necesare elevilor pentru a înțelege și interpreta mesajele din mass-media, explică anumite tehnici de manipulare, de propagandă și persuasiune folosite în comunicare, prezintă elemente de etică jurnalistică, abateri ale jurnaliștilor etc. Deși util la vremea apariției lui, manualul a devenit puțin caduc și este tot mai puțin folosit din cauza resurselor financiare și umane (se estimează că ar mai fi 15-20 licee în toată țara unde se mai predă). Un alt succes de mai mici dimensiuni al educației media formale a fost obținut în 2007, tot prin efortul ActiveWatch, prin includerea unor competențe media în cadrul disciplinei Studii Sociale, pentru clasa a XII-a, specializarea Științe Sociale. De atunci nu s-a mai făcut nicio actualizare și nu a apărut altceva, în pas cu transformările tehnologice produse de ultimii 10-15 ani și cu noile provocări și perturbări. E adevărat, există o inițiativă legislativă a deputatului liberal Ovidiu Raețchi, un proiect de lege prin care s-ar introduce o disciplină obligatorie, numită „Educație și cultură media", de o oră pe săptămână, prin care s-ar dezvolta abilități media, capacitate critică și care ar ajuta elevii să se protejeze de efectele fenomenului fake news. Proiectul depus în Camera Deputaților în februarie 2019, a primit aviz favorabil din partea Consiliului Legislativ și avizul negativ al Consiliului Economic și Social, din motive birocratice, de supraîncărcare a programei școlare, de redundanță, de proceduri, de resurse, etc., drept pentru care procesul legislativ a încetat, îngreunând practic apariția unei noi inițiative similare.

Așa încât sarcinile de formare a unor competențe media, judecată critică, alfabetizare mediatică etc., atât cât se face, rămân practic pe seama unor activități extracurriculare, efectuate de diverse organizații non-guvernamentale, sub forma educației media non-formale. Principalele asociații implicate în această activitate sunt *ActiveWatch, Mediawise Society, Centrul pentru Jurnalism Independent*. De asemenea, este obiect de atenție și interes pentru câteva organizații media de nișă, precum sunt www.edupedu.ro (site specializat în informații la zi despre educație) și www.paginademedia.ro (site de informație și analiză media).

ActiveWatch - Agenția de Monitorizare a Presei, înființată în 1994, este o organizație independentă angajată să susțină politici de bună guvernare, libertatea de exprimare, anti-discriminare și educație media. De numele său se leagă (cum s-a arătat) primele inițiative de educație media din România (manuale pentru elevi și profesori). În aceeași tradiție inovatoare, ActiveWatch a organizat în anul 2012 cursul online *MediaSIS - Competențe*

media și digitale pentru cadre didactice, cu o durată de 50 de ore (față în față și online), ce oferea profesorilor posibilitatea de a se instrui pentru a integra tehnici și strategii specifice educației media în lucrul cu elevii. Înafară de asta, sunt organizatori de ateliere, autori de studii și editori de publicații tematice.

În prezent, probabil, cea mai bine structurată activitate de educație media o propagă *Mediawise Society*, care este un centru de resurse și formare în educație media și digitală pentru profesioniști din domeniul educației ce-și propune să aducă educația media în școală, pentru elevi, pentru profesori și bibliotecari și pentru toți cei implicați în politicile educaționale. „Lucrăm cu aceștia să-și dezvolte competențe media și digitale pe care să le folosească în profesia lor, la clasă sau la bibliotecă, dar și în alte situații de învățare non-formale", spune Nicoleta Fotiade, fondatoarea organizației și profesor la Facultatea de Psihologie și Științele Educației a Universității din București (Peticila, 2018). Dincolo de asta, Mediawise Society este și membru fondator al *Asociației Internaționale pentru Educația Media* și este un partener valoros în consorțiile și rețelele europene de educație mediatică și a fost premiată în 2017. Organizația instrumentează o gamă diversă de activități: acțiuni (*Competențe media*, video campania *„Ceste educația media"),* proiecte (*Mind Over Media Romania, Happy Online*), advocacy (*Educația digitală înseamnă mai mult decât competențe TIC, DEZBATERE: Educație media pentru implicare civică, SEMNEAZĂ! Competențe mediatice pentru profesori etc*.); ateliere și cursuri (*Laborator de propagandă: știi să recunoști propaganda?, Cum te uiți la o dezbatere electorală televizată (elevi liceu, profesori), Cum mă informez online (profesori și elevi de liceu), Copiii în fața ecranului. real vs. imaginar (elevi 5-7 ani), Ce este publicitatea (elevi 5-8 ani) etc*.); cercetare și consultanță.

„Centrul pentru Jurnalism Independent", prin „Laboratorul de educație și cultură media", și-a propus să introducă elemente de educație media în programele educaționale de liceu pentru disciplinele umaniste (limba română, limba engleză, limba franceză, istorie, științe sociale) și să creeze „un set de instrumente și materiale, pentru ca tinerii să înțeleagă și să respecte rolul media într-o societate democratică, să distingă informația de propagandă și să folosească responsabil rețelele sociale", potrivit intențiilor lor declarate. Rezultatele raportate de ei sunt palpabile: peste 12.000 de elevi de liceu află despre fake news, propagandă, manipulare, mass-media, amprentă digitală etc.; peste 3.500 de elevi de liceu au beneficiat de workshop-uri dedicate de educatie media, 94 de profesori de limba română, engleză, franceză, istorie și științe sociale ne-au devenit parteneri, 55 de licee din România, acoperind toate regiunile, sprijină educația media, 40 de comunități locale sunt expuse la educație media.

Site-ul dedicat educației edupedu.ro publică frecvent materiale de popularizare a acestei discipline pentru a sublinia importanța educației media în contextul actual, din perspectiva competențelor media pe care copiii trebuie să le dețină, a formării judecății critice a lor, a fenomenului „fake news" și a dezinformării în mediul online, cărora copiii, tinerii și adulții le pot cădea victime (Pop, 2018). Site-ul paginademedia.ro urmărește cu interes subiectul, difuzează știri și a publicat o sinteză tematică de materiale video, în care au fost invitate personalități reprezentative în domeniu, precum Mircea Toma, președinte ActiveWatch, Renee Hobbs, director și fondator al Media Education Lab (University of Rhode Island) și prof. John Potter de la UCL Knowledge Lab din Londra (Obae, 2017). Pentru Renee Hobbs, competență media înseamnă „să regândești practici ca cititul, analiza critică și scrisul pentru era digitală. Să știi când o sursă de informare este credibilă. Să fii capabil să recunoști stereotipuri" (Obae, 2017). „Copiii folosesc media în fiecare zi, dar nu învață nimic la școală despre asta", spune, în același context, Mircea Toma.

Educația media este o disciplină necesară, aflată într-un stadiu incipient în România.

BIBLIOGRAPHY

Aufderheide, P, *Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*., Queenstown, MD. : Aspen Inst., 1992, p. 1

Buteanu, I., Chirițescu, D., …, Toma, M. (coordonator), *Competență în mass-media*, Editura Humanitas, București, 2004

Chirițescu, D., Teșileanu, A., *Competență în mass-media. Ghidul profesorului*, Editura Humanitas, București, 2005

Ireton, C., Posetti, J., *Journalism, "Fake News" & Disinformation – Handbook for Journalism Education and Training*, Paris, UNESCO, 2018, p. 78

Mason, L.E., Krutka, D, Stoddard, J., *Media Literacy, Democracy, and the Challenge of Fake News*, Journal of Media Literacy Education 10 (2), 1 – 10, https://www.academia.edu/37964251/Media_Literacy_Democracy_and_the_Challenge_of_Fake_News

Site-ografie

CJI, *Laboratorul de educație și cultură media*, https://www.cji.ro/laboratorul-de-educatie-si-cultura-media/, consultat 29.11.2019

Fotiade, N., *Dezbatere: Educație media pentru implicare civică*, https://mediawise.ro/educatie-media-pentru-implicare-civica/ , consultat în 27.11.2019

http://mediawise.ro/

https://scoaladevalori.ro/ghid-de-educatie-media-pentru-profesori/

https://www.academia.edu/36802750/Media_Literacy_A_Foundational_Skill_for_Democracy_in_the_21st_Century

https://www.cji.ro/laboratorul-de-educatie-si-cultura-media/

https://www.isjcta.ro/wp-content/uploads/2013/06/Competenta-in-massmedia-cds-liceu.pdf

Kanizaj, I., Lechpammer, S., *The Role of Organisations of Journalists in Promoting Media Literacy – Building Credibility and Trust*, Media Literacy and Academic Research, 1/2019, https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=761725, consultat în 24.11.2019

Nicolae, A., *Competențele media, cheia spre combaterea dezinformării și a propagandei. Cum stă România la acest capitol*, https://www.digi24.ro/stiri/actualitate/educatie/competentele-media-cheia-spre-combaterea-dezinformarii-si-a-propagandei-cum-sta-romania-la-acest-capitol-1014655, consulta 28.11.2019

Obae, P., *VIDEO. Ce este educația media? La ce te ajută? De ce trebuie să fie în programa școlară: "Înveți să știi când o sursă e credibilă"*, https://www.paginademedia.ro/2017/11/video-ce-este-educatia-media-la-ce-te-ajuta-de-ce-trebuie-sa-fie-in-programa-scolara-inveti-sa-stii-cand-o-sursa-e-credibila, consultat în 28.11.2019

Peticila, M., *Educația media în școală, proiect Mediawise Society. Elevii n-ar trebui să fie "protejați" de mesajele de propagandă, ci lăsați să le analizeze*, https://www.edupedu.ro/educatia-media-in-scoala-proiect-mediawise-society-elevii-n-ar-trebui-sa-fie-protejati-de-mesajele-de-propaganda-ci-lasati-sa-le-analizeze/, consultat în 25.11.2019

PETRANOVÁ, D., BURIANOVÁ, Ľ., *Potential of Digital Technologies Use In the Formal Pre- -Primary Education,* in European Journal of Science and Theology, 2014, Vol. 10, Supplement 1, p. 263-276

Petranová, D., Hossová, M., Velický, P., *Current Development Trends of Media Literacy in European Union Countries*, Communication Today, 1/2017, https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=525216 , consultat în 26.11.2019

Pop, M., *Fake news și educație media în școli – ce fac alte țări pentru a-și educa tinerii*, https://www.edupedu.ro/fake-news-si-educatie-media-in-scoli-ce-fac-alte-tari-pentru-a-si-educa-tinerii/

Tessa, J., Michele, J., *Media Literacy: A Foundational Skill forDemocracy in the 21st Century*, https://www.academia.edu/36802750/Media_Literacy_A_Foundational_Skill_for_Democracy_in_the_21st_Century , consultat în 25.11.2019

ON THE COMMUNICATION BETWEEN A COACH AND HIS ATHLETES

Dan Mihai Rohozneanu

Lecturer, PhD, Eftimie Murgu University of Reşiţa

Abstract: Interpersonal communication consists of several messages, which can be verbal (voice, intonation) and / or nonverbal (attitude, gestures, behavior). This type of communication can be adapted according to the target, contents, situation.
We aim to present some aspects of the communication between the coach and the athletes he coaches, taking into account the relationships of cooperation and cooperation, the fact that each participant in the communication process is responsible for the quality of his relations with the other.

Keywords: communication, coach, sportsman, message, speech

Comunicarea stă la baza relațiilor și a contactelor umane. Pentru că limbajul este o aptitudine proprie omului și constituie unicitatea lui, acest instrument îi permite să comunice, să aibă capacitatea de a vorbi, de a asculta, de a-și exprima gândurile. Conform lui Yukelson[1], conceptul este definit ca un fenomen multidimensional care implică transmiterea și schimbul de gânduri, idei, sentimente și informații prin canale verbale și non-verbale.

Comunicarea face posibilă completarea unei nevoi specifice ființei umane, aceea de apartenență socială. Altfel spus, cu ajutorul comunicării, individul are capacitatea de a se alătura celorlalți, de a aparține unui grup și de a se simți „conectat" cu acesta. De exemplu, în cadrul unei echipe sportive, comunicarea poate fi folosită pentru a încuraja un sportiv, pentru a-i poziționa rolul în echipă sau pur și simplu pentru a-i oferi îndrumări tehnice. În plus, ea le permite jucătorilor să dezvolte reprezentări comune ale acțiunilor de efectuat, acestea putând fi mai eficiente în timpul meciurilor.

Într-un articol anterior[2] menționam că sportul este un fenomen concret, complet. Este, de fapt, un ansamblu de fenomene: aspecte fizice, fiziologice, biomecanice, psihice (de la psihologia mișcărilor la cea a motivațiilor, trecând prin cea a emoțiilor); fenomene sociale și psihosociale multiple (instituționalizare, funcționare, roluri sociale etc.[3]); sportul include

[1] Yukelson, D., Communicating Effectively, în William, J.M. *Applied Sport Psychology Personal growth to peak performance, Ediția a 4-a*, Mountain View, California, Mayfield publishing company, 2001, p. 135-144.
[2] Dan Mihai Rohozneanu, *Aspecte ale comunicării în sport*, „Journal of Romanian Literary Studies", vol. 19/2019, p. 564-571.
[3] Walter E. Schafer a făcut o analiză lucidă a aspectelor din sport într-o conferință la Seminarul internațional de sociologia sportului: *The social structure of sports groups*,1966.

comportamente, rituri, reprezentări, norme, valori de natură economică, etică, estetică, pedagogică, politică; el are o istorie și este în istorie[4].

Antrenamentul presupune angajarea sportivului într-un proiect de transformare care să conducă la o mai bună cunoaștere a organismului său, precum și la ascultarea lui cu un plus de atenție. S-ar putea spune că antrenamentul provoacă anumite dezechilibre în organism pentru a-l determina pe acesta să se adapteze și să devină mai puternic. La o primă privire unii s-ar putea întreba de unde provine această plăcere masochistă în a-i face rău, într-o primă fază, corpului pentru a-i face, ulterior, bine, pentru că după efort organismul se simte într-adevăr mai bine, senin, chiar euforic. Următorul antrenament e așteptat cu nerăbdare, deoarece efortul fizic stimulează producerea de endorfină[5].

În privinţa organizării procesului instructiv-educativ din cadrul antrenamentului sportiv există câteva particularităţi care ţin de specificul activităţii desfăşurate: lecţia de antrenament este cadrul organizatoric care permite realizarea pregătirii sportive pentru competiţie;

- în realizarea pregătirea sportive planificarea activităţii se face la nivel de macrociclu (un sezon competiţional), mezociclu (cu durata de 3-6 săptămâni), microciclu;
- în selecţia colectivului se ţine cont de vârstă şi nivelul de pregătire;
- activitatea de pregătire sportivă în handbal începe de la vârsta de 8-9 ani, iar în planificarea pregătirii sportive se va avea în vedere programul şcolar al sportivilor;
- are ca fundament linia metodică a federaţiei de specialitate şi particularităţile de creştere şi dezvoltare ale sportivilor;
- activitatea se desfăşoară după un program eşalonat în funcţie de programul competiţional;
- structura planului anual de pregătire are un caracter biciclic deoarece competiţiile sunt programate în sistem turneu, cu jocuri pe teren propriu şi în deplasare (tur şi retur) şi perioade de pauză competiţională;
- caracteristicile pregătirii sportive în handbal impun utilizarea în proporţii aproximativ egale a tuturor formelor de organizare a colectivului de elevi: frontală, pe grupe, pe perechi, individuală (sub forma antrenamentelor de individualizare).

Activitatea de pregătire sportivă se individualizează faţă de învăţământul şcolar deoarece este un proces de natură pedagogică prin intermediul căruia este realizată instruirea sportivilor printr-o activitate complexă, care implică şi alte componente: biologică, psihologică, sociologică, etică, medicală; efectul cumulativ al tuturor acestor factori se reflectă în pregătirea sportivă prin care se asigură dezvoltarea capacităţii motrice şi a celei de performanţă care trebuie valorificate în formele competiţionale de practicare a exerciţiilor fizice[6].

Și în sport, ca în oricare activitate umană, e nevoie de comunicare pentru a înțelege regulile, a lucra în echipă sau a interacționa cu adversarii și cu publicul fie vorbind, fie prin semne sau prin gesturi. Comunicarea poate fi întâlnită în:

- **antrenamente**: lucrul cu antrenorii fizici și cu personalul tehnic necesită o excelentă comunicare. Această comunicare este una de calitate atunci când este fluidă, iar receptorul recepteză corect mesajul.
- **jocuri**: mai ales între coechipieri, sportivii trebuie să se înțeleagă bine pe terenul de sport. Înțelegerea unei priviri, a unui gest sau a unei propoziții rostite la distanță este fundamentală pentru ceea ce coechipierul urmează să facă.

[4] Michel Bouet, *Signification du sport*, sixième édition, Paris, Editions Harmattan, 1995, p. 12.
[5] Thierry Maquet, Rachid Ziane, *Sport, santé et préparation physique. Contributions techniques et éclairages scientifiques pour des pratiques optimisées*, Editions Amphora, 2010, p. 372.
[6] Dan Mihai Rohozneanu, *Strategii privind optimizarea capacităţii de forţă la handbaliştii juniori*, Editura Didactică şi Pedagogică, 2015, p. 72-73.

O tipologie a comunicării sportive, după criteriul mijloacelor fixe, realizează Ioan Iacob, Mihai Radu Iacob, în lucrarea *Comunicare în sport*[7]: 1. *Comunicare acustică* (vocea și zgomotele); 2. *Comunicare tactilă* (cu obiectele neanimate și entități animate); 3. *Comunicare chimică* (cu eul/intracomunicare, cu alți sportivi); *comunicare vizuală* (cu eul/ intracomunicare, cu alți sportivi, cu publicul, antrenorul, arbitrul, organizatorul, cu timpul și spațiul).

Autorii consideră comunicarea sportivă „o parte dintre obiceiurile și manierele care pornesc de la mode în materie de mers sau în gestul oratoric atent codificat în Grecia și Roma antică." În același context, autorii sunt de părere că mesajul transmis de sportivi prin gesturi poate să fie: *neintenționat* (a roși sau a face grimase de durere); *intenționat* (a lovi); *unele mesaje depind de nivelul cultural* (bucuria victoriei, sărutul pământului, al icoanei, al steagului, al insignei); *altele sunt un limbaj semnal* (limbajul surdo-mut); *culorile echipei*; *felul emblemei*; *culorile țării*; *numărul jucătorului*; *marca obiectului adjuvant*; *marca echipamentului*; *gesturile de ură*; *gesturile de admirație*; *altul este limbajul emblematic* (*V*-ul cu degetele, pentru a sublinia victoria).

Comunicarea are loc atunci când un emițător transmite un mesaj[8] printr-un canal. Acesta din urmă poate fi lingvistic sau paralingvistic. Totuși, comunicarea nu este niciodată clară, concisă și directă. În general există mai multe interferențe. În domeniul sportului, aceste interferențe au o importanță specială. Este important ca sportivii să dobândească acele competențe absolut necesare pentru depășirea lor. Între principalele interferențe se pot menționa:

- ambianța saturată de zgomot: locurile în care se desfășoară cu regularitate activitatea sportivă sunt deseori pline de zgomotul suporterilor, ceea ce poate face dificilă comunicarea dintre participanți.
- prezența rivalilor: deseori mesajele trebuie codificate. Acest lucru se întâmplă atunci când membrii echipei se înțeleg foarte bine.
- rolurile multiple: într-o echipă pot fi mai mulți participanți și, în același timp, multe roluri diferite. Comunicarea care nu e bine structurată poate crea probleme.

Ioan Cerghit[9] este de părere că „orice formă de comunicare s-ar folosi, eficacitatea ei depinde de calitățile transmisiei, adică de structura logică a conținutului, de claritatea, precizia și plasticitatea exprimării (demonstrației), aspect care țin în bună parte de personalitatea profesorului, de relațiile profesor-elev, de contextual psiho-social (al cărui rol în procesul educației fizice este deosebit de important)", calități valabile și în antrenamentul sportiv.

Antrenorii sunt de două feluri. Din prima categorie fac parte cei care și-au început activitatea folosind cunoștințele dobândite din experiența lor de sportivi, ceea ce au văzut la antrenorii lor și apoi au experimentat la rândul lor. Din cea de-a doua, cei care au dobândit cunoștințe științifice grație studiilor universitare pe care le-au urmat.

Pentru a progresa și a deveni mai bun, antrenorul trebuie să-și îmbunătățească în permanență atât bagajul de cunoștințe, cât și, mai ales, pe cel experimental, deoarece antrenorul trebuie să fie pe teren pentru a identifica și rezolva probleme reale deopotrivă în formarea sportivilor și în comunicarea cu ei. Având astfel de cunoștințe, antrenorul va putea gestiona

[7] Iași, Casa Editorială Demiurg, 2008, p. 131.

[8] Ioan Iacob, Mihai Radu Iacob, *op. cit.*, p. 148, consideră comunicarea sportivă „o parte dintre obiceiurile și manierele care pornesc de la mode în materie de mers sau în gestul oratoric atent codificat în Grecia și Roma antică." În același context, autorii sunt de părere că mesajul transmis de sportivi prin gesturi poate să fie: *neintenționat* (a roși sau a face grimase de durere); *intenționat* (a lovi); *unele mesaje depind de nivelul cultural* (bucuria victoriei, sărutul pământului, al icoanei, al steagului, al insignei); *altele sunt un limbaj semnal* (limbajul surdo-mut); *culorile echipei*; *felul emblemei*; *culorile țării*; *numărul jucătorului*; *marca obiectului adjuvant*; *marca echipamentului*; *gesturile de ură*; *gesturile de admirație*; *altul este limbajul emblematic* (*V*-ul cu degetele, pentru a sublinia victoria).

[9] *Metode de învățământ*, Iași, Editura Polirom, 2006.

toate activitățile care vizează antrenamentul propriu-zis, competițiile, managementul și educația.

Astfel, în ceea ce privește antrenamentul, antrenorul îi pregătește pe sportivi pentru competiție planificând, organizând, conducând și evaluând programele adecvate și ședințele de antrenament. În ceea ce privește competițiile, antrenorul planifică, organizează, conduce și evaluează evenimentele adecvate, turneele sau meciurile. Referitor la management, antrenorul coordonează, conduce, îndrumă sau controlează echipa în ansamblul său, iar în ceea ce privește educația, acesta îi învață și îi instruiește pe sportivi.

Pentru a-și îndeplini sarcinile care-i revin, antrenorul trebuie să dobândească o serie de competențe vizând planul tehnic al antrenamentului, dar nu numai. El trebuie să aibă **cunoștințe** științifice care țin de antrenamentul sportiv, dar și cunoștințe din propria experiență. E nevoie, de asemenea, ca antrenorul să-și transmită mesajul **comunicând** și aplicând regulile pedagogiei. Trebuie să știe să se comporte el însuși în situații specifice și să fie posesorul unor **valori** personale și profesionale necesare. Nu în ultimul rând, este necesar ca antrenorul să aibă o **cultură generală** dincolo de cea sportivă, inclusiv de a comunica în alte limbi.

Prin urmare, antrenorul este cel care concepe obiectivele care trebuie atinse și etapele antrenamentului, stabilește structura grupului, comunică cu grupul sportiv și cu mediul extern, clarifică obiectivele și conduce activitatea, dezvoltă un climat motivațional, orientează către căutarea responsabilității și a autonomiei, organizează interacțiunile dintre antrenor și cei antrenați, evaluează în permanență propunerile de activitate în funcție de resursele sportivilor, efectele antrenamentului în funcție de obiectivul vizat, rezultatele obținute, precum și cauzele lor.

Relația dintre antrenor și sportivul antrenat nu este o relație oarecare. Este vorba despre individ, nu despre grupul sau echipa ce reprezintă totalitatea acestor indivizi. Chiar dacă vorbim despre echipă, se antrenează individualizat fiecare sportiv. Deciziile antrenorului pot fi luate în mod autocrat, adică decise și impuse unilateral, sau democratic. Acest management participativ permite implicarea fiecărui sportiv în etapele proiectului (obiective, mijloace, etape, demers) și sporirea motivației.

Pentru a se antrena eficient, fără a pierde timpul și fără a se răni, sportivii au nevoie ca antrenorul lor să le împărtășească toate informațiile necesare și suficiente. Pentru a conduce antrenamentele și a îndruma învățarea, antrenorii folosesc explicația, descrierea, sarcinile verbale și încurajările. Discursul este fundamentat pe cunoștințele lor tehnice, istorice și științifice. Acest discurs urmărește să transforme reprezentările mentale ale practicanților, adică modul în care văd ei lucrurile legate de tehnică, dificultăți. Nevoia de informare a sportivilor crește odată cu nivelul lor de implicare în activitate. Așadar, se impune un răspuns punctual la această nevoie de informare, fără însă „a satura" ascultătorii, pentru că prea multă vorbă „ucide" activitatea sportivă![10]

Din punctul de vedere al lui Christophe Franck[11] rolul antrenorului vizează două domenii: formarea sportivilor și comunicarea cu aceștia.

Formarea sportivilor are în vedere: determinarea și clarificarea obiectivelor finale și /sau intermediare; analiza dificultăților care țin de organizare, niveluri; propunerea de soluții în ceea ce privește planificarea, periodizarea, programarea; valorizarea sportivului, care are în vedere responsabilizarea, integrarea în alegeri etc.

Domeniul **comunicării** cuprinde: dezvoltarea participării (managementul participativ); centrarea pe sarcină (amintirea obiectivelor); conștientizarea emoțiilor (pregătirea psihologică); concilierea și rezolvarea eventualelor conflicte (gestionarea grupului și a individualităților); trimiterea/transmiterea unor semne de recunoaștere (felicitări și încurajări, feedback pozitiv);

[10] Thierry Maquet, Rachid Ziane, *op. cit.*, p. 368.
[11] *L'entraîneur, specialiste, conseil et guide*, E-sporting coach, Construire sa performance, 2016, p. 1. https://www.e-s-c.fr/entraineur.php

ascultarea empatică, pentru a înțelege sportivul la nivel emoțional și a-i permite să se simtă mai bine etc.

Modalitatea de transmitere a informațiilor poate îmbrăca o **formă negativistă**, având repercusiuni negative, exprimate prin refuzul de a exersa sau comentarii de nemulțumire, sau **formă pozitivistă** având urmări pozitive exprimate prin creșterea motivației pentru exersare[12].

În cadrul unei **comunicări pozitive** este recomandat[13]:

- să nu se formuleze enunțuri negative nici în antrenament, nici în competiție;
- să-i ceară sportivului să facă totul în cadrul exercițiilor și în ședințele de antrenament;
- să-i formeze sportivului capacitatea de a accepta atât reușita, cât și înfrângerea;
- să considere dificultatea ca pe o provocare, și nu ca pe o amenințare (dezvoltarea motivației prin determinarea obiectivului);
- să dezvolte ideea că dintr-un eșec se poate învăța pentru reușita ulterioară;
- să se concentreze mai mult pe mijloacele implementate (criteriile obiective) decât pe rezultatul care trebuie obținut (în funcție de parametrii subiectivi).

Antrenorul trebuie „să se formeze pentru a stăpâni tehnicile de comunicare prin limbaj verbal și non-verbal, pe care să le folosească în situații diferite, pentru a transmite sportivilor cunoștințele, motivațiile și interesele necesare formării deprinderilor și priceperilor motrice și realizării performanței sportive”[14]. În cadrul antrenamentului comunicarea poate fi influențată **negativ**[15] de aspecte precum:

- Bagajul scăzut de experiență al emițătorului – concepțiile, atitudinile și personalitatea ce formează un cadru de referință în trimiterea mesajului și poate constitui o sursă de distorsionare a acestuia;
- Deficiențe ale emițătorului manifestate în codificarea mesajului (dificultăți în transpunerea gândirii în cuvinte sau dificultăți în pronunția corectă);
- Canalul de comunicare este bruiat de diferite zgomote, inclusiv cele ale emițătorului sau receptorului;
- La nivelul receptorului, unde se produce decodificarea mesajului, există un bagaj de experiență redus și chiar labil.

Totodată, comunicarea negativă și/sau de control duce la scăderea sentimentelor de competență și autonomie ale sportivilor, crescând astfel nivelul lor de motivație nedeterminată.

În schimb, **expresiile pozitive** determină o concentrare mai mare, mai constructivă, iar cuvintele mobilizatoare pot contribui la obținerea unor rezultate mai bune din partea sportivilor. Totodată, educarea sportivilor în spiritul gândirii pozitive atât în ceea ce privește adversarul, cât și în ceea ce privește posibilitățile de reușită, „este un atu care poate crește nu numai eficiența antrenamentului, ci poate ușura stresul învingerilor”[16].

În ceea ce privește **comunicarea colectivă**, antrenorul încheie antrenamentul cu un discurs menit să motiveze întreaga echipă pentru viitorul meci, nu doar pe unii dintre componenți. De aceea e important de înțeles că grupul este o entitate și nu suma indivizilor care îl alcătuiesc. Echipa are obiective, caracter și o personalitate diferită de obiectivele, caracterele și personalitățile componenților ei. Așadar, comportamentele indivizilor sunt diferite în situații de grup, tot așa cum performanța individuală poate fi diferită în interiorul echipei. Este vorba

[12] Leon Gomboș, *Comunicare în activitățile sportive*, Cluj Napoca, Casa Cărții de Știință, 2012, p. 62.
[13] Christophe Franck, *art. cit.*, p. 3.
[14] Leon Gomboș, *op. cit.*, p. 62.
[15] *Ibidem*, p. 60.
[16] *Ibidem*, p. 64.

despre fenomenul de **facilitare socială**, care demonstrează că influența celuilalt are impact asupra randamentului individual[17].

O componentă importantă a comunicării în antrenamentul sportiv o reprezintă **ascultarea**. Capacitatea de ascultare „depinde de capacitatea de atenție și concentrare și este o atitudine de care are nevoie atât sportivul, cât și antrenorul și ea poate fi educată prin aplicarea tehnicilor de ascultare activă”[18]. Comunicarea și ascultarea sunt intercondiționate, influențând schimbările comportamentale: antrenorul îi transmite informații sportivului, care le execută și, prin exprimare verbală, nonverbală sau/și practică, produce informații pe care le receptează antrenorul. Aceste aspecte sunt evidente în contextul unei bune igiene de viață, a unei pregătiri fizice și psihice corespunzătoare[19].

Comunicarea este un proces irepetabil și ireversibil. Prin urmare, fiecare experiență de comunicare este unică, două experiențe de comunicare neputând fi perfect identice[20]. Experiența de comunicare produce schimbări în persoanele implicate, „schimbări care vor condiționa acest deziderat”[21]. Cum vorba nu se poate lua înapoi, este esențial ca între antrenor și sportivii antrenați să existe o **comunicare eficientă**, pentru că, așa cum subliniază Ioan Iacob și Mihai Radu Iacob[22]: „Secretul comunicării între sportiv și antrenor constă în aceea că antrenorul este cel care face relația cu Zeul, este acela care conduce ritualul, conduce ceremonia, ajutând gesturile, atitudinile cu ajutorul cuvintelor, pentru a crea forța magică a filtrului sentimental […] Antrenorul intră în rezonanță cu substanța inefabilă a sportivului și creează o stare unică, irepetabilă, o artă interpretativă, aparent para-normală, care ajută la vindecarea miraculoasă a bolii prin sport, prin performanțe de tip magic, prin suspendarea cosmică a timpului și a spațiului.”

BIBLIOGRAPHY

1. Bouet, Michel, *Signification du sport*, sixième édition, Paris, Editions Harmattan, 1995.
2. Cerghit, Ioan, *Metode de învățământ*, Iași, Editura Polirom, 2006.
3. Franck, Christophe, *L'entraîneur, specialiste, conseil et guide*, E-sporting coach, Construire sa performance, 2016.
4. Gomboș, Leon, *Comunicare în activitățile sportive*, Cluj Napoca, Casa Cărții de Știință, 2012.
5. https://www.e-s-c.fr/entraineur.php
6. Le Menn, Marie, Nicolas Paquier, Romain Guillet, Handball. *Guide de l'entraîneur*, Editions Amphora, 2015.
7. Maquet, Thierry, Rachid Ziane, *Sport, santé et préparation physique. Contributions techniques et éclairages scientifiques pour des pratiques optimisées*, Editions Amphora, 2010.
8. Paquin, Caroline, *L'impact de la communication sur la performance dans les équipes sportives*, Quebec, 2005.

[17] Brawley, L. R, Martin, K.A. The interface between social and sport psychology. *The SportPsychologist.* 9, 1995, p. 469-497 la Caroline Paquin, *L'impact de la communication sur la performance dans les équipes sportives*, Quebec, 2005, p. 34.
[18] Gloria Rață, Psihopedagogia sportului de performanță, Note de curs, Universitatea din Brașov, 2005 la Leon Gomboș, *op. cit.*, p. 66.
[19] Le Menn, Marie, Nicolas Paquier, Romain Guillet, Handball. *Guide de l'entraîneur*, Editions Amphora, 2015, p. 28-42.
[20] Ion-Ovidiu, Pânișoară, *Comunicarea eficientă*. Ediția a III-a, revăzută și adăugită, Iași, Editura Polirom, 2008, p. 15.
[21] *Ibidem.*
[22] *Op. cit.*, p. 45.

9. Pânișoară, Ion-Ovidiu, *Comunicarea eficientă*. Ediția a III-a, revăzută și adăugită, Iași, Editura Polirom, 2008.

10. Rohozneanu, Dan Mihai, *Aspecte ale comunicării în sport*, „Journal of Romanian Literary Studies", vol. 19/2019.

11. Rohozneanu, Dan Mihai, *Strategii privind optimizarea capacităţii de forţă la handbaliştii juniori*, Editura Didactică şi Pedagogică, 2015.

12. Schafer Walter E., *The social structure of sports groups*, 1966.

13. Yukelson, D., Communicating Effectively, în William, J.M. *Applied Sport Psychology Personal growth to peak performance*. Ediția a 4-a, Mountain View, California, Mayfield publishing company, 2001.

THE IMPORTANCE OF VIRTUAL SPACE ADDICTION IN CHILDREN'S BEHAVIOUR DEVELOPMENT

Diana Chisalita
Lecturer, PhD, "Vasile Goldiş" Western University of Arad

Abstract: "Who controls the past, controls the future. Who controls the present, controls the past" George Orwell
The use of online platforms to the detriment of personal interactions with family and friends can have a great negative impact, both at the relational level and on the psycho-emotional development of the children. It was observed that the children with severe dependence of internet and of the smartphone faced problems of depression and anxiety, insomnia, impulsive behaviour and lack of concentration, corroborated with insufficient results at school.
In this article, based on my experience as a clinician psychologist and psychotherapist I will make reference to the cases I encounter in my practice. I will try to capture and analyse the impact that the dependence of internet can have on children, both in the family sphere, at school, in the small community and on a personal level. Effects that will be felt both in the short term and in the long term, in adult life. That is why I consider that a great alarm signal must be drawn both among parents and teachers, in order to be able to find efficient resources and to control this phenomenon, which has a growing scale.
Methods and techniques - study case interview, observation, conversation, Lifestyle Inventory, Family Analysis through Family Constellation Intermediate, and Early Memories, Time Line Therapy.

Keywords: anxiety, addiction, depression, social networks, virtual space, self-esteem.

Through this paper, I will try, by reference to the cases encountered in my clinical experience, to show the psychological implications that the socio-psycho-emotional dependence on the Internet may have on the individual.

Lately, we are witnessing an expansion of the digital world, which is taking over more and more. Every minute we are connected, and with every second we are disconnected we have the impression that we are losing something important. The less pleasing effects of what the Internet means, in life are visible at any step, there are more and more ongoing studies on side effects on the human brain and on the personality of the individual. The Internet is an important factor in today's world, with both positive and negative aspects, with multiple implications in shaping the character of the future adult.

At the forefront of addictions is the dependence on illegal drugs, followed by that of legal drugs (drugs), alcoholism, games, but also cases of Internet addiction are increasing. A study by Ofcom, the UK telecom arbitrator, shows that 60% of young people own a smartphone and 37% of adults say they are dependent on it.

At my practice, I am increasingly confronted with the Internet addiction, parents or teachers who claim their children's dependence on everything that means the Internet, Social Media and desperately ask for specialized help. This phenomenon occurs more and more often, both among children at different ages and among adults, and because of the alert pace of life that makes the parents' temptation to leave their children in front of the TV or the computer more attractive.

In the following I would like to present a more special case, of Internet addiction, especially of video games of a 9-year-old schoolboy, who also presents episodes of anxiety with

difficulty in sleep, corroborated with nervousness, apathy, lack of energy and when it has no internet access and low school results. Children who have episodes of anxiety always seek assurances and certainties for their situations, are constantly worried, are often irritable, have trouble sleeping, difficulty concentrating and muscle pain.

Case description:

Mrs. C.L, 42 years old, came along with her child S.R. 9 years old at my practice to ask for specialized help for Internet addiction problems the child is facing. It is sent by GP for counselling in order to depend on internet, smartphone, laptop and computer games as well as anxiety episodes.

The teacher from the class contacted the parents at the parent meeting, informing them of the school results that change on a day that goes unfavourably, the child's attitude leaving to be desired, the presence of motor agitation, the presence of verbal and physical violence with his colleagues, and leads hardly the tasks at the end due to lack of concentration. This being described by teachers as "unrecognizable lately." Parents alarmed, took the child to specialized controls.

S.R is in 4th grade at a city school in the UK. It presents insomnia, anxiety, violent language, low school results with problems focusing on tasks and difficulty in completing them. He feels demotivated, he is no longer enthusiastic about football and swimming, extra-curricular sports that he did before with great pleasure. He no longer spends his free time with friends, he spends hours on the phone and video games, saying "this is his only pleasure in life".

It all started, says the mother, since he received the tablet 1 year ago, a gift for his birthday from grandparents in the idea "to be in line with the other children". Until he came in possession of the tablet, the child had excellent results at school, did his homework, was pleased to read, was very friendly, sociable, and very polite to those around him. At home he was diligent, helping his parents in the house, arranging his room, was eager in the class to give a helping hand to his classmates or teacher. Practice piano, soccer and performance swimming. He was a happy child, he was also interested in learning French.

Currently, the patient acknowledges that he spends too many hours in front of the phone and video games, admits that he has difficulty sleeping, insomnia, unexplained anxiety, difficulty sleeping alone without a parent to sleep with him. He refuses to change anything, he refuses to limit his Internet program, and when his mother limited the Internet to 1 hour a day by entering a password known only to her parents, the patient reacted violently, irrationally and eventually by manipulating "I'll play the piano if you leave me another 1 hour on the phone".

Anamnestic data:

S.R is part of a family of intellectuals: mathematics teacher, father surgeon at a renowned hospital in a neighbouring city. They are parents with a very busy schedule, who arrived home from work quite late. For this reason, S.R was spending time with his parents quite a bit, towards the evening, when they came from work. Due to the parents' busy schedule, the patient started school very early, being brought to breakfast club at 8.00 am, and after the usual school program, he stayed at the afterschool club until 5.00 pm until he was taken by his parents. Afterwards, he was taken by his parents to sports or piano lessons. At home he spent time with his parents no more than 2 hours until bedtime, during which time he also did his homework.

Until 3 years ago, the child was also cared for by maternal grandparents, who were doing homework with him, spending time in the park, having different activities. The patient has a special relationship with his grandfather, who "gave him lessons and prepared him for life." When they returned to their country of origin, the child remained only in the care of the parents, who returned from work very tired, leaving the child for hours on the phone and playing games on the Internet. The child never receiving enough attention from his parents found "relief" in the virtual world, at games not specific to his age, games over 18 years, which presented violence and aggression, with inappropriate and licentious language.

Following the hours spent on the Internet, on the smartphone and on the tablet, the patient began to develop vision problems. At home he became more and more agitated, anxious, apathetic, communicating less and less with his parents, his mother complained that "I could barely break a word". The presence of insomnia, with difficulty falling asleep, "was afraid to fall asleep not to dream of any of the characters in games that scared him, because he said" I think I see Freddie, or Memo". At night he had nightmares, and a restless sleep developed bruxism in his sleep. In the morning he often woke up very hard and tired. Homework was rushed, superficially, at the insistence of the parents. And football did not have the same favourable results as before. Neglect the food, for fear of "not losing time on the net", because his friends were waiting him online to play on the group. If friends were coming home to visit, everyone was on his phone, playing online the same game, not communicating minutes in a row. But what made her mother an alarm signal was the child's violent reaction when the program was limited on the net: crying, offending, manipulating, all just getting back the "drug" as the patient's mother called.

Diagnosis and psychodynamic considerations

The main question asked by scientists is how the Internet influences our thinking, memory, creativity, and whether man can meet this challenge to his advantage.

Most neuroscience specialists start from an undeniable truth, namely that the human brain has the amazing ability to adapt, referring to the "plasticity" of the brain, and say that the Internet does not pay attention to our intellectual capabilities. The problem is that most of us are not ready, our brain is not trained enough to do many things at once, especially at an early age. This explains why the Internet creates addiction: when we are connected, our brain gets used to receiving all kinds of information at a sustained pace, and when we disconnect, the brain demands the rhythm beforehand, hence the feeling of "addiction".

On an emotional level, however, things can become problematic. The social interactions that we had throughout a day we no longer have today with people, but with the screens of computers and phones. Such research shows a decrease in empathy directly proportional to the time spent on social networks. This may lead to a need for immediate satisfaction, as in the case of the patient presented at a low level of concentration, and may affect non-verbal skills and school outcomes.

The tools used in therapy have Lifestyle Inventory (ISV) , Early Memories, Time Line Therapy and Comprehensive Initial Assessment for Children by Dan Dalton, Ph.D.

From the Comprehensive Initial Assessment, I learned that at the "small child stage" as well as the "preschool stage", the patient developed fears, night terrors, slept in the parent's bed, present impulsivity. Now in the latent stage (6-11 years) the patient at the beginning of the therapy had fears, such as: the fear of sometimes staying alone in the room or bathroom, in dark spaces, having nightmares, requesting to sleep one of the parents as well as impulsivity when age-specific limits or rules were imposed. In the section "Interview with the child" at the question "who/what gets you in trouble" the child replied that "disobedience as well as the fact that I am agitated". Here the patient remembered that as a child he could only eat with cartoons on TV or phone or if someone in front of him showed him a toy. From here it is not very difficult to deduce that, with the sustained help of the parents, he built up from a small child the dependence on the phone and the others, as well as an insecurity. Both dependence on someone and phone or internet gave him a sense of security and belonging.

Following the psychotherapy sessions the patient has learned to develop his autonomy, the parents have to learn not to do all the things in the child's place to help him, to allow him to develop specifically for the age without intervening all the time. The patient learned to find pleasure in dealing by himself and to do the tasks imposed at school and at home alone. It is more involved in the household, it accepts a strict program on the Internet, of maximum 1 hour per day. We work on replacing negative thoughts and strengthening the positive ones, as well as

on increasing self-esteem. After the first sessions, a decrease of anxiety was observed, by positive stimulation, also that nightmares were less and less present.

Through a sustained effort on the part of the parents, the patient began to fall asleep on his own, without presenting any night terrors. In the mornings he woke up more rested, eager to go to school. The teacher in the class is satisfied with his evolution, both behaviorally and educationally. By reinforcing self-esteem, interacting with colleagues presents positive changes, the child was increasingly anchored in reality, with an interest expressed for extracurricular activities and the focus on reading.

The mother says that in her personal life there are improvements, both personally and as a couple. The partnership relationship is more relaxed, relying more on trust by changing one's beliefs about family, couple and life.

Conclusions

One of the factors that determine anxiety in children can be the acquired vulnerability, which occurs when a child has low autonomy, being always controlled and assisted in activities by parents. At the same time, a child with such a vulnerability can perceive the world as an insecure, dangerous place. That is why it can search for addicts, such as addiction to smart phones, video games, etc. It is recommended to support these children with constant appreciation after the child has faced a new and / or difficult situation. The child should be encouraged to say "I don't know" in situations where he is asked difficult questions at school or at home and where he cannot find an answer. At the same time, he must be supported to socialize with his friends in his free time as much as possible in nature and not be afraid to be spontaneous in his interactions. The presented case required a personalized program for spending time on the Internet, so the time spent in the virtual space should be time-limited and controlled by the parents.

Research on the importance of including parents in the treatment of children and adolescents with anxiety disorders has increased significantly in recent years. Studies have shown that adolescents and children have the most significant and lasting gains in the treatment of anxiety, when parents are actively involved in the recovery process, increasing the effectiveness of the treatment and improving the chances of long-term maintenance.

From my experience in the practice, I emphasize that parents should be involved as co-therapists in the treatment of children and adolescents, having the role of implementing at home, in daily life, the procedures established together with the psychotherapist and to give children praise, encouraging and positive reinforcement of appropriate behaviours.

As a child learns new ideas and techniques to better manage anxiety and addiction, it is very useful for parents to be on the same "wavelength" with it, so that both parents and children have the same "common language" regarding the most effective techniques or methods that can be used in times of heightened anxiety. Many of the parents of children with anxiety present at the therapy, also felt that the anxiety of the children helped them to get closer to their child, by spending as much time together.

BIBLIOGRAPHY

1. Camelia Popa, (2013) , Noi comportamente adictive. Internetul pathologic, dependent de TV si sms –uri, Editura Universitara,
2. Nicholas Carr, (2012), Superficialii: Efectele internetului asupra creierului uman, Editura Publica,
3. Daniel Goleman, (2016), Creierul si inteligenta emotionala-noi perspective, Editura Curtea Veche,
4. Adam Alter, (2017), Irezistibil.Dependenta de tehnologie si afacerile din spatele ei, Editura Publica,

5. Jodi Gold, (2016), Parinte in era digitala. Invata-ti copilul cum sa foloseasca adecvat retelele sociale si aparatele digitale, Editura Trei.

MULTICULTURAL GROUP TEACHING – ROMANIAN AS A FOREIGN LANGUAGE A CASE STUDY

Silvana Diana Stoica
Lecturer, PhD, Politehnica University of Bucharest

Abstract: Before 1989, Romanian as a Foreign Language was taught to a limited number of students, who lived in a constraint environment like all Romanians and I think there were very few occasions where Romanian culture and civilization could have been taught comparatively. Learning Romanian as a Foreign Language is very different to learning English. While English is a lingua franca for every learner, Romanian can be seen as something imposed upon. When we teach English, we can teach many Englishes, while Romanian is different, it is the target language culture.

Keywords: language, students, culture, learner, civilization

Context Set-Up

With over 15 years of teaching Romanian as a Second Language, I still feel the need to reflect upon this wonderful journey that is introducing my language, culture and civilization to foreigners who choose to study and later to settle in Romania. My students are literally from all over the world, from all walks of life and come in class with a different array of expectations. When I started teaching RSL, I practically had to adapt each and every lesson as the textbook offer on the market was very scarce. Teaching RSL after 1989 is completely different from the period before 1989. Romanian as a foreign language has developed lately due to an increasing number of foreign students who come to Romania to complete their academic studies. Romanian as a Foreign Language is still a continuous challenge, as I am aware that most of my students did not choose to study the language, it came with the territory, once they have decided to study in Romania. So, I always bear this aspect in mind and try to empathize with them. Learning Romanian is not always the students' choice, it is imposed on them if they want to perform in a certain field. Before 1989, Romanian as a Foreign Language was taught to a limited number of students, who lived in an environmental constraint as all Romanians did and I think there were very few occasions where Romanian culture and civilization could have been taught comparatively.

On Some Limitations

The Romanian Language Preparatory Year at the University POLITEHNICA of Bucharest has a long tradition. When I started teaching Romanian as part of this program, I had 6 students in the group. Now there are 4 groups and 80 students in total. The students come from various countries and cultures, have different mentalities and different approaches to Romania and its culture. Their expectations vary tremendously and the cultural factor plays an important role in the process. Coming from various backgrounds and cultures, their perspectives on learning a foreign language are very different. They usually arrive in Romania in waves and this extremely hinders the didactic process and challenges the teaching team.

Learning Romanian as a Foreign Language is very different to learning English. While English is a lingua franca for every learned person, Romanian can be seen as something imposed upon. When we teach English, we can teach many Englishes, while Romanian is different, it is the target language culture. In this regard, students are more exposed to English

than they are to Romanian, before moving to Romania. Once they decide to learn the language in Romania, they have the advantage of being immerged in the culture and language.

Teachers very often forget that when we teach the language, we must equip students with the tools that allow them to define and assert their own cultural identity. While learning about the Romanian culture, students must be encouraged to think about their own culture. Raising inter cultural awareness is mandatory in teaching a foreign language in a multicultural class. Language is mainly a tool of communication, but it is also the carrier of culture. (Wei, 2005:56).

Intercultural awareness

When you have a microcosm in one single classroom, cultural awareness becomes crucial. Human beings see the world and interpret it in various ways. What can be considered appropriate in one culture it can be totally inappropriate in another and the teacher's role in here is to mediate between the different ways of looking at the world.

Intercultural awareness involves a gradually developing inner sense of the equality of cultures, an increased understanding of your own and other people's cultures, and a positive interest in how cultures both connect and differ. As a result, our mission of teachers is to try and enhance the learners' cultural awareness thus helping them to broaden the mind and increase tolerance, achieve cultural empathy and sensitivity. Being aware of our own culture leads to awareness of one's own culturally induced behavior, awareness of the culturally induced behavior of others and the ability to explain one's own cultural standpoint. Beyond setting goals, the immediately challenging issue for the language practitioner is how to develop the Romanian language learners' sensitivity towards cultural differences in the class. Comparative approach is best as it offers a double perspective on culture – the learner's culture and the target culture – and the non-judgmental assessment of its quality, neither is better, they are just different. A comparative approach guides the students who study Romanian as a foreign language to identify cultural similarities and differences with the target culture and thus enables them to compare it with their own culture. This process is very likely to generate a high degree of cultural knowledge, understanding and acceptance, which are the prerequisites of achieving successful intercultural communication in the Romanian classroom. With an understanding of their own culture, learners gain the ability to gradually decenter from their own culture and develop necessary skills and knowledge to function in the communication cobweb of diversity. Teaching students to become culturally sensitive through reflection we actually facilitate their way to find a 'third place', which basically means to construct their modern identities. Learners decenter from their first culture, analyze the target culture and take a 'third place' where they can objectively observe and reflect on both their own and the target culture. This 'third place' is the one where L2 learners synthesize elements of different cultures and establish their own understanding of the cultural differences between those cultures. At this stage learners bridge the gap between cultural differences and achieve their personal and communicative goals. Language is part of the culture it belongs to and culture entails the language also, the two are interlinked and they cannot be separated.

Teaching Romanian as a Foreign Language in a multicultural context is of crucial importance. It is essential to develop cultural versatility to help students meet the demands of an increasingly multicultural world. Nevertheless, there are many challenges related to teaching Romanian in a multicultural context and the issue of exploring the challenges and the way to come out of the deficiency of the learners has been an immense concern for a long time. Teachers often forget that culture is something we do every day, we practice it in every context and it defines our personalities. The way we teach is shaped by culture. Lately, culture has become an increasingly important component of Romanian language teaching. There are a number of reasons for this related to a view of language that incorporates a wider social and cultural perspective, and to the increasingly multicultural use of Romanian as a Foreign Language. My goal as a teacher of Romanian is make students aware of the fact that

multicultural education is not only about teaching learners about other groups or countries. It is also to help them become accustomed to the idea that there are other groups or countries. It is also to help them become accustomed to the idea that there are many lifestyles, languages, cultures, and perspectives on life. The purpose of multicultural education in teaching Romanian to foreigners is to attach positive feelings to multicultural experiences so that each learner will feel included and valued, and will feel friendly and respectful toward people from other ethnic and cultural groups. Nurturing diversity means making multicultural education a process of action, through which we as adults achieve clarity about our condition in this society and the way we can change it. In the Romanian classroom, students are learning Romanian which is not from their own culture. In other words, they are experiencing multicultural education. In the current times, multicultural and multinational barriers have vanished and bridges of communication have spread across lands and seas. Learning Romanian is not only about sharing of knowledge or teaching the four basic skills of language (listening, speaking, reading and writing). Learning Romanian from within implies appreciation of foreign people and a readjustment of one's attitude towards the world and towards oneself. On the path of achieving the four skills, the learner of Romanian has to be exposed to multicultural content so extensively that he attains better understanding; consequently, better attitude towards the world around.

Linguistic support

Teachers should provide constant linguistic support and use methods of classroom management and overall interaction with students. Teachers should level their Romanian and adapt it to the current level of students. In the same time, teachers ought to keep to familiar words and why not introduce jargon, slang and idiomatic expressions.

As we have noticed that students are under constant challenge in using Romanian accurately and they are struggling with fluency, teachers should expose students to as much Romanian as possible and they should bear in mind that the medium of instruction will always be Romanian. Students must be encouraged to use Romanian outside the class as much as possible especially in this context where students are immersed in the language and culture.

Conclusion

Intercultural matters in language teaching is a symptom of wider social and political developments and there is no doubt that the successful integration of culture and language teaching can contribute significantly to general humanistic knowledge, that language ability and cultural sensitivity can play a vital role in the well-being of any nation and that global understanding should be a prerequisite of basic education.

BIBLIOGRAPHY

Atkinson, D. (1987). The mother-tongue in the classroom: a neglected resource? ELT Journal, 41/4.

Gardner, R.C., & Lambert, W.E. (1972). *Attitudes and motivation: Second language learning.* Newbury House.

Guest, M. (2002) A critical 'checkbook' for culture teaching and learning, *ELT Journal*, 56/2: 154-161.

Jiang, W. (1994). The relationship between culture and language. *TESOL Quarterly*, 28(3), 138-146.

Krashen, S. (1981). Second Language Acquisition and Second Language Learning. Oxford: Pergamon.

Krashen, S. (1982). *Principles and practice in Second Language Acquisition. Oxford*: Pergamon.

Prodomou, L. (1992). What culture? Which culture? Cross-cultural factors in language learning, ELT Journal, 46/1:39-50.

Robinson, G.L.N. (1985). *Crosscultural Understanding*. Oxford: Pergamon

WAR WITHOUT FIGHT. ROMANIA AND THE NEW CONCEPT OF ORIGINAL DEMOCRACY

Adrian Păcurar and Lia Lucia Epure
Lecturer, PhD, Assist., Prof., PhD, „Vasile Goldiş" Western University of Arad, Romania

Abstract: The article is centered around the topic of political marketing and public relations theory regarding the management of the political public communication during electoral campaigns. After delivering some formal and introductory considerations the study is focused only upon the ways in which the candidates for the Romanian Presidency had decided to build and to the deliver their political message to the public and to the Romanian media. For both candidates which had entered into the final phase of the elections we will analyze the formal media processes of delivering the message to the public but also the content of this message. We will try to disclose the possible set of motivations for both candidates, motivations which had shaped their mode to make electoral campaign in its final phase. This task will be build from some distinct media and public relations theoretical perspectives.

Keywords: Political Marketing, Electoral Campaign, Presidential Debate, Media.

Introduction The latest Romanian presidential electoral campaign was everything but simple to describe and to understand in terms of any traditional or modern and well known political theory. Beyond any attempt to draw any sort of explanation about why the things went so wrong we need first to see what was actually happened. In order to do this our attention will be focused almost exclusively upon the final stage of the presidential campaign. We will disclose which were the options of the candidates regarding their way of making electoral campaign. This disclosure will be set on two distinct levels. At the first one our intention is to see the *formal* line of approach while at the second we will see, of course, the *content* of their options. After this the study will underline what we consider that it should be done and, in the end, some general conclusions, from various point of views, will be also expressed.

Romania and its (too) long way to democracy.

After 1989 Ion Iliescu had used for the first time in Romania the expression "original democracy". At this historical moment it is less important for us to see in which political context Ion Iliescu had used this expression. However, generally speaking, this expression marked at that moment the distinct way in which Romania had decided to develop its own path to democracy, a path which obviously was not a proper one. This is the reason for which this expression has for the Romanians a primarily negative connotation.

If it is to make a leap in time and to come at the present moment we should not hesitate to consider that even now, until almost 30 years after the collapse of the communism in Romania, we are yet on our way to democracy. Of course, steps had been made but, in some moments, anything that was achieved seems to be shattered instantly and, even more, it seems that now we are within a some sort of a *toy democracy*. A toy democracy is for us a *formal political state* in which the main set of formal conditions for democracy are set but they are generating empty or questionable debatable forms of developing the internal political life. Exactly this was the case for us with the latest Romanian presidential electoral campaign.

Because it had all the ingredients for such a state. Without public debates between the candidates, without any consistent political message, without a real and effective relation with the public opinion and without any serious contact with the media all the candidates seemed to be trapped within an endless and empty rhetoric, a sort of public discourse build almost only upon empty words and nonsense. Thus, even if the the formal conditions of having a democracy were met there was no real civic participation or real public or media debate. But let us see in what will follow which were the concrete terms of this presidential electoral campaign.

War without a fight. Talking with nobody and saying nothing.

The original way of our democracy was never more obvious more visible or more ridiculous than it was in our latest presidential electoral campaign. We had a number of candidates without any consistent or credible political background, and this is true regardless of what some may say, had delivered to the public opinion the most unsubstantial and simplistic message since the collapse of the communism in 1989. Of course, the figure of the actual president did not fit into this description but this is true only because the others were so poor and inconsistent. Anyway, if it is to look at the big picture than nobody should question the fact that the entire presidential debate was at a very low level in terms of political marketing techniques and especially in terms of its general content.

But let us make now a closer look. Our focus will be here only upon the final stage of the so called ”presidential campaign” and we will try to uncover what the candidates have done in terms of their options of delivering a political message to the public.

In the case of Klaus Iohannis his option was not to engage himself into a public debate with the opponent. This is a very questionable option in terms of the actual political marketing theory and we will not insist here too much about this specific topic (Kavanagh, 1995). However, regardless of his option in terms of an electoral strategy, it is obvious, anyway, that such a decision has a profound *negative* impact not only upon the entire presidential campaign but also upon the *credibility of democracy at its highest level in contemporary Romania* (Mureșan, 2019). This is true simply because it is very hard to believe in the viability of such an option as long you seek for a second term but you avoid to confront in a public debate your opponent. No matter of what tactical or strategic explanations you will bring you will never be able to convince that the option to avoid your adversary in a public confrontation is the best option in order to preserve a credible democracy in your own country. Of course, such a strategy could help you to win more easily but you will win through a war without a *healthy* fight.

This decision of the liberal staff to avoid with any cost a public confrontation with the opponent was build, in our view, upon some poor motivations in which, most likely, even they did not believe in them. The main narrative here was expressed by Klaus Iohannis when he said that he could not talk with a political party who relentlessly tried to destroy democracy in Romania. This is true, of course, but, in a democracy, you can not fight an antidemocratic trend with an antidemocratic attitude! And the media has asked for a debate even it was known that such an event will be almost impossible (Isac, 2019).

This mistake of not having a public debate was amplified by another one which only did the matter worse. Instead of having a debate the liberal staff decided to invite the media, but only some selected journalists (!), to a so called ”public debate” in which the actual president was going to take questions and to deliver answers. This was not only a huge error in terms of a political theory, by various points of views, but was also a tremendous mistake regarding the way in which the media should behave within a solid and robust democracy. This is true because it is completely unacceptable to establish a contact with the media only in terms about which you already decided to happen such an event. What was even worse than this was the

response from the Romanian media which, with some small and totally insignificant exceptions, had accepted this type of behaviour from the president.

And beyond the blunt description of a situation we must see in what was happened the theoretical frame. Thus, accordingly with a general political theory, by not publicly confronting your opponent could led to some losses in gaining your legitimacy in front of the electorate, at least in front of the electorate which represents your political opponent. This should never be taken easily. Because how could one be legitimized as longer as he not only refuses to meet with his opponent but also he did not articulate a consistent and long termed assumed project for his country? And here must be underlined this fact which helps us now to make the transition to the second part of our analysis regarding the options of the liberal candidate to develop his own way of making electoral campaign.

This second phase is about the *content* of the message that Klaus Iohannis had delivered to his electorate during his presidential campaign. And which was this message? Or, to be more correct, did the Romanian president ultimately had a message?? We think that the answer is no, and a categorical *no*. His general message was build around his so called ”war” with PSD and his goal, at least how it appears to be from his public presence during the presidential campaign, was to free Romania from PSD and its malefic actions. OK, this was achieved! And now what?

But how is it possible to make a presidential campaign without having any consistent message to your own electorate and yet to win the campaign?? We are not making here any political analysis. We just want to underline the fact that in terms of a political marketing one can not win without a message. And this is obvious even without any other concern regarding the profound level of a political message, a message which should be primarily about the future of a country and with what you intend to do, as a presidential candidate, about it.

So, no public confrontation and no message. Yet, the victory was achieved! Instead of having a serious and deep public debate about a main set of problems everything was done quietly and grotesque. Yet, what kind of a political marketing do you have if your only narrative is a simplistic message centered around the need of almost annihilating a political party? And, about what type of political marketing or theory do we can speak here if the candidate does not came with any serious and long term based political project? They really believed that we are all stupid?

Regarding the theoretical frame of this type of situation we just emphasize here the fact that any political theory underlines the need of having a message for the future of your own electorate and also it stresses the need of confronting your opponent within a public debate. None of these two had happened during the final stage of the latest Romanian presidential campaign. In the case of Klaus Iohannis all had ended in an empty and cheap public show with no dialogue and with no serious message for the country Just like you making only small talk for nobody and saying nothing at all.

Seeking the war without a message and the failure of the actual Romanian political class.

Regarding now the way in which the other candidate, Viorica Dăncilă, had decided to make her own presidential and electoral campaign also some significant elements could be extracted for the purpose of our analysis. First of all she did not refuse a public confrontation with her opponent. The topic of having or not a public debate in the presidential campaign was a point of interest for the Romanian media and, as we all know now, this debate did not take place (Cornea, 2019). At least from a formal perspective, the PSD candidate had accomplish one of the most basic need of any electoral campaign, the need of confronting the opponent in a public manner. In her case it could be added the fact that by being a woman she increased her chances to bee seen as a responsible and powerful candidate in the eyes of her own electorate by seeking a public confrontation and by repeatedly inviting the opponent to a such

confrontation. And, no matter anything else, the simple action of asking for a public debate should not be taken easily and should be not reduced to its formal dimension. A public debate upon the fundamental issues of the society, a public confrontation during a presidential campaign is more than a formal element in a political theory, is a necessity and a privilege in the same time for any candidate to the presidential position in a modern or contemporary state.

Just like it was the case with her opponent the absence of a real dialogue was more than a ”simple” absence of a public debate. The absence of the dialogue with the opponent was more likely the absence of the dialogue with the public opinion and with the media.

And also no positive things can be said about the message that Viorica Dăncilă had for her electorate. Beside empty words and cheap rhetoric there was nothing in her message about the real and profound issues of contemporary Romania. Just by repeating that your political party had raised the salaries and in general the income of the people is look more like a childish rhetoric than a responsible and mature political position.

In terms of the political marketing the only positive thing that could be noticed in the case of Viorica Dăncilă as a presidential candidate was her position regarding the topic of public debate. She insisted about this, and we have no serious reasons to consider that she was fake about it, yet, the general conditions did not permitted to have such a public confrontation. And, to be honest until the end, what she was supposed to say if such a public confrontation would have been ultimately taking place? The same cheap and poor rhetoric?

Maybe today Romania has indeed exhausted all of its resources in terms of its current political class and maybe this latest presidential campaign was the finest example in order to prove this. But what will happen in the future as long as the political class does not seems to have its own interior force to solely change for the better? Or, just to ask, we all might need one day another political marketing theory? A one which be finally able to explain a complete and grotesque historical disaster? A one which will be able to define the new Romanian original democracy in which the candidates have no consistent message for their electorate and in which there are no public debates or major electoral confrontations regarding the major issues of the country?

BIBLIOGRAPHY

Andrei Cornea (2019),”Dezbaterea despre dezbatere”, Revista 22, 13.11.2019. retrieved at 25.11.2019.

Alexandra Isac, ”Domnule președinte, acordați-ne și nouă „o șansă”: vorbiți cu doamna Dăncilă într-o dezbatere electorală”, www.republica.ro, retrieved at 25.11.2019.

Cristian Mureșan, ”Pumnul in gura democratiei. Dezbaterea electorală nu e un moft”, www.contributors.ro, retrieved at 25.11.2019.

About the topic of our article there are no yet any extensive studies or public debates. However we add to the reference list a small number of titles which in our view are fundamental in order to understand how the actual political marketing works.

Kavanagh D. – *Election campaigning: the new marketing of politics*. Oxford: Blackwell Publishers, 1995.

Lock A. and Harris P. (1996) Political marketing – vive la difference. European Journal of Marketing, vol. 30, no. 10-11.

Mihalache, D. – *Curs de marketing politic*, București, Universitatea Creștină „Dimitrie Cantemir", 2012, curs online accesibil liber.

Maarek P. J. – *Political marketing and communication*. London: John Libbey & Co, 1995.

Negrine R. and Papathanassopoulos S. (1996) The "Americanization" of Political Communication: A Critique. Harvard International Journal of Press and Politics vol. 1, no. 2.

Scammell M. (1995) – *Designer politics: how elections are won*. Basingstoke: Macmillan Press, 199

ESP TEACHING AND THE CONUNDRUMS OF GAMIFICATION-LEARNING MOTIVATION AT CROSSROADS BETWEEN REWARD AND COMPETITION

Ioana Mudure-Iacob
Assist., PhD, "Babeş-Bolyai" University of Cluj-Napoca

Abstract: Digitalization of learning processes at all levels of education has become an ever-changing instrument of engaging learners and educators in the increasingly complex virtual classroom. When teaching and learning English for Specific Purposes in higher education systems, one of the greatest challenges is represented by keeping students motivated and active in their endeavors to improve their comprehension and production skills. Paired with a growing disengagement with traditional learning environments, the attempt to enhance motivation becomes a tool that many educators have to master. In this respect, gamification seems to break some of the hypothetical boundaries that make teaching ESP to undergraduates a rather rigid and sterile realm. Whether the application of game-style elements in the network of language acquisition is a long-term functional solution or, rather if it provides interactive content and entertaining learning environments for a limited time span is one of the premises for the current paper. Moreover, the debate over how students may be motivated and invited towards acquiring new language skills, especially production ones, revolves around the way in which teachers, in light of bringing gamification into their learning space, should facilitate competitive and group-based interactions in the virtual game-based classroom in order to stimulate undergraduates to make proper use of their language skills in the problem-solving learning context.

Keywords: gamification, e-learning, language acquisition, motivation, ESP.

Introduction

The process of adapting the teaching-learning construct to students who are digital natives has been at the core of the pedagogical analysis of digital generations' learning styles for quite some time. The current learning needs of nowadays students stem from traditional frontal teaching and text-based content and call for updated strategies of blending education with technology based on a Just-in-time learning formula. Namely, educators must acknowledge the fact that learners today, regardless of their age, come attached with their gadget extensions and, to make learning more captivating and motivating, the solution needs to make proper use of these innate devices. The particularities that digital natives share are worthy to be taken into consideration when designing any course content: more complex processing of information, preference over visual and sound learning and game-based activities.

Teaching foreign languages to such students who are digital natives is a complex process that should generate endless learning contexts both in the physical and virtual classrooms. Since their presence in the online environment engages them in daily interactions that require them to make use of their language skills, the challenges of blending learning and technology from the perspective of the teacher impose a rather upgraded level of technical skills on behalf of the latter. Gamification, in this respect, appears to be a viable solution to these challenges, both from the perspective of creating suitable and diverse learning content and from the position of the learner, whose motivation and reward levels are extended beyond the traditional grading system.

Crossing the digital border: gamification and motivation networks

Starting from the definition of gamification as sketched by Koivisto, Hamari and Sarsa as "designing information systems to afford similar experiences and motivations as games go, and consequently attempting to affect user behavior[1], one of the best practices of language teaching is to direct students through the maze of linguistic skills by facilitating game-based experiences. It is the responsibility of teachers to provide complex and dynamic frameworks for learning and testing of acquired skills and gamification might just as well provide the current solution to the question: what do teachers need to do in order to cross the digital border?

Firstly, the learning process of English as Secondary Language is often a strenuous and pattern-based journey in which students engage in various test-your-English trials, either through role-playing contexts in class or through production-oriented output. The use of gamification in the teaching and evaluation process would allow for the building of a *more practical approach to learners' customized needs*, by enabling them to put their language levels to test and partake in genuine conversations and interactions.

Secondly, digital natives have a strong need of benefiting from customized learning experiences, which calls for a perspective adjustment over the content design on behalf of teachers. Students' progress in the acquisition of ESP is traditionally reflected in the capacity to make proper use of specific vocabulary and terminology in field-related conversation topics and production output, whereas with digital natives such progress is rather a *display of proper networking* in the field of study. "Gamification has been adopted to support learning in a variety of contexts and subject areas and to address related attitudes, activities, and behaviors, such as participatory approaches, collaboration, self-guided study, completion of assignments, making assessments easier and more effective, integration of exploratory approaches to learning, and strengthening student creativity and retention." [2]

Furthermore, an essential function of gamification and its use in higher education teaching is the *increase in students' motivation*, which is the leverage of any learning stimulus. Whether the reward system of gaining badges, points or other virtual benefits is a trigger to learners as they experience the game-based thrill of winning or they simply enjoy the self-appreciation that derives from completing levels that is equal to progressing on the language building ladder, motivation stands as valuable currency that both educators and learners indulge in.

" L2 educators […] plan effectively toward the language learning experience and fluency levels they are working with and rethink their practices based on the similarities they find in games and learning. […] L2 learner could think of him or her as a player looking forward to complete a level. […]and the learner will be moving forward after successfully completing a unit, module, or task and the language learning is assessed through a variety of game like experiences. Moving Educational Gamification into the L2 learning process lets the instructor plan instruction using a gamified shared vision, along with an increase in the time dedicated to the learning tasks and in the level of difficulty, in this case fluency towards the language approach. By following this learners become more engaged and motivated."[3]

Motivating learners to make progress in their language acquisition trajectory is a more tangible aspect in terms of gamification, as instructors may operate with virtual instruments that are more accurate and complex than the traditional evaluation formats. Feedback remains a vital

[1] Jonna Koivisto, Juho Hamari,Haari Sarsa, *Does gamification work ?-A literature review of empirical studies on gamification*, In proceedings of the 47th Hawaii International Conference
on System Sciences, Hawaii, USA, January 6-9, 2014.

[2] Caponetto, I., Earp, J., & Ott, M. (2014). Gamification and education: a literature review. In *8th European Conference on Games Based Learning* , Germany, p. 56

[3] Figueroa, J. (2015). Using Gamification to Enhance Second Language Learning In: Digital Education Review, 21, 32-54. [Accessed: 2/12/2019] http://greav.ub.edu/der

measurement unit for one's self-evaluation, but, in the case of digital native learners, used to communicate on a daily basis by means of social media, feedback needs to be more prompt and customized. Gamification, in this respect, allows for an array of useful tools of evaluation and progress measurements, be them badges, rewards system, or scores, which are all meant to boost self-confidence and enable learners to continue their quest for knowledge. Analyzing the issue of sparkling motivation both intrinsically and extrinsically, one must mention that in gamified educational sequences, learners experience both the experience joy and the personal need to satisfy one's desire to upgrade.

"When people are intrinsically motivated they tend to take an activity for their own sake, for the enjoyment it provides, the learning it permits, or the feeling of accomplishments it evokes. On the other hand when people become extrinsically motivated is to obtain some reward or avoid punishment. […] Gamification combines these two types of motivation. In addition the game elements will adjust greatly for the L2 learner. For example by using extrinsic rewards like levels, points, and badges to improve engagement while intrinsically motivating towards the achievement, mastery, autonomy, and sense of belonging. In addition competition, social interaction, and cooperation the second language learner becomes motivated."[4]

Furthermore, since ESP teaching and learning is largely based on guided interactions and role simulation contexts, the gamification of learning sequences will be best exploited if designed under the spectrum of networking and competitive association. Apps and platforms such as Flipped roles, HundrEd, Duolingo, Edmodo, Socrative or Brainscape all enable users to experience a genuine development of transversal skills and non-cognitive ones. What is equally relevant to the point of motivation boosters is the access to partaking in communication and role-playing networks.

The benefits of using group and team-based networks to complete required tasks refer to enabling learners to cope with task distribution and effective management, while, at the same time, educators lose their centralized roles of content designers/evaluators/ task providers. Mutual stimulation, along with a more competitive and pragmatic approach to learning English, stand therefore as facilitators for an elaborate virtual classroom, where learners make progress at their own pace, but, inevitably, get engulfed in the competitive vortex of game-playing strategies.

Gamification of ESP learning and teaching through the Edmodo educational platform

Since gamification has become an increasing mechanism of blending traditional learning and virtual resources in order to create complex and genuine interaction simulations, the question that arose refers to how much and to what extent we use gamification in the teaching process of ESP. Considering that the main drawback of learning ESP refers to the fact that there is only limited input of the target language-namely, the use of language within the classroom, gamification provides the optimum context for further engaging learners in individual and group-based practice activities in the online environment. "The ability to direct the students to other resources for research, preparation, practice and input – and to mix or blend these resources with course books and other in-class materials- gives the teacher a much broader and more varied 'palette' to work from than ever before. However, as teachers, it is necessary to carefully consider where online material contributes most appropriately in connection with the things being taught in the class." [5]

[4] Figueroa, *Ibidem*, p. 48
[5] Harmer, J. (2014). The practice of English language teaching: with DVD. UK: Pearson/Longman, p. 205

The issue that must be taken into account, nonetheless, is how educators should design the amount of practice and content of their ESP lectures in such a way as to strike a balance between the theoretical and in-class practice and the virtually unlimited options provided by gamified activities. As tempting as it might be to allocate a majority of the content to gamification –due to management and prompt assessment reasons, mainly, as well as to increased participation of learners- doing so could function in the detriment of the learner. Particularly, through excessive use of gamified apps and platforms in order to increase one's language skills, learners will simply mimic the game-playing behavior rather than actually fulfilling the aimed objective of gaining knowledge. For this reason, educators could integrate gamification gradually, initially as optional extension activities, meant to support and put to test the in-class taught skills and later on as more complex role-playing scenarios, where incentive schemes-badges, leaderboards or XPs- could validate one's status in the language acquisition trajectory.

Edmodo is one of the most appreciated networking platforms in which gamification may be used as blended learning of ESP. Using elements such as badges and quests, allowing users to benefit from the platform features for free and letting learners comment and submit assignments, Edmodo works as an inclusive framework of collaborative learning. On the other hand, such a platform gives educators multiple options of structuring the content and evaluation formats, by allowing them to post polls, to open discussion boards available to smaller or wider groups or to design quizzes.

In a way, gamification changes the vocabulary used to discuss such educational instruments of evaluation and teaching by providing corresponding elements that function in the virtual realm. That is, learners will progress in the language learning customized schemes by taking quests instead of tests, by getting XPs for points or passing into the next levels instead of getting grades. Likewise, Edmodo facilitates the language practice by engaging users into conversational postings and by having them follow differentiated instructions, either according to the level of the learner or to the subject aimed for improvement.

Furthermore, one essential objective of teaching ESP is to facilitate learners' access to practice their skills and engage in conversational or production patterns that are specific to their field of study. Edmodo provides, in this respect, several opportunities for the practice of all four competences integrated in the language learning process: reading, listening, speaking and writing. What is more, a specific feature of teaching ESP is that a wide majority of students are usually prefer to practice and join in reading and listening activities, being more reluctant as to what concerns the latter ones. One potential explanation lies in the fact that there is a general fear of not making mistakes either in speaking or writing, for which reason, the sets of activities that are meant to develop such skills are often disregarded by them.

"Since students acknowledged the benefits of Edmodo use in blended learning writing platform, they become more aware of the value of this online delivery approach in their learning of writing process. As a result of these positive perceptions, teachers should consider how to provide students with timely support, appropriate design of simple but interesting tasks that can engage their learning, interaction, and communication not only with their friends but also with teachers. […]Once students are motivated to learn writing online through this effective learning space, they find this knowledge construction worthwhile and rewarding, then sustaining their writing practices as a type of lifelong learning."[6]

Nonetheless, by blending in-class learning activities with online practice schemes such as the one that teachers may create in Edmodo classrooms, many learners become more comfortable with putting to test what they have already been taught. If this is due to the fact that

[6] Huan Buu Nguyeni , Bao Tran Phuong Nguyen, Edmodo use in ESP writing: students' perceptions, in European Journal of English Language Teaching, vol 4, no. 4, 2019, available on-line at: www.oapub.org/edu, accessed 1/12/2019

digital natives are more at ease with communicating from behind a screen or rather, whether such gamified activities instill a competitive sense remains to be discussed. The outcome, however, is that optional exercises and activities forged as gamification sequences may well motivate learners to improve those parts of the language learning structure where they feel less secure.

Conclusions

The benefits of using gamification in the process of teaching and learning ESP are incontestable, as are the visible results of learners who have chosen the less formal means of practicing their acquired skills. Gamification increases students' motivation by facilitating learning contexts that are customized according to their needs and interests, a digital environment that allows for individual progress and helpful feedback. Furthermore, learning and practicing the language skills that learners have been taught become a scheme of gaining rewards, a mimicry of gaming, which digital natives prefer in the detriment of traditional text-based language acquisition activities. Eventually, gamification also brings forth the advantage of creating competitive learning contexts, which engage learners to put into practice their production skills and enables them to communicate more efficiently.

BIBLIOGRAPHY

Caponetto, I., Earp, J., & Ott, M. (2014). Gamification and education: a literature review. In *8th European Conference on Games Based Learning* , Germany, pp. 50–57;

Figueroa, J. (2015). Using Gamification to Enhance Second Language Learning In: Digital Education Review, 21, 32-54. [Accessed: 2/12/2019] http://greav.ub.edu/der;

Harmer, J. (2014). The practice of English language teaching: with DVD. UK: Pearson/Longman, p. 205

Koivisto, Jonna, Hamari Juho, Sarsa, Haari, *Does gamification work ?-A literature review of empirical studies on gamification*, In proceedings of the 47th Hawaii International Conference
on System Sciences, Hawaii, USA, January 6-9, 2014.

Nguyeni , Huan Buu, Bao Tran Phuong Nguyen, Edmodo use in ESP writing: students' perceptions, in European Journal of English Language Teaching, vol 4, no. 4, 2019, available on-line at: www.oapub.org/edu

THE EDUCATION CONCEPT. TRANSMISSION OF THIS CONCEPT TO CONTEMPORARY STUDENTS

Constantin Cătălin Pascariu
Assist., PhD, University of Oradea

Abstract: Education is a real phenomenon that is getting more and more interest. In history we have had many types of education. For example, we can talk about an industrial education, an education of progress, that of success, etc. In time, education has developed certain dimensions (moral dimension, aesthetic dimension, intellectual dimension, etc.), which aims to develop the personality of the child. A common question is whether we learn what we need, or if what we learn is useful? The answer to this question is hard to come by. Education, over time, has received many definitions because it has been viewed differently from one community to another, from one culture to another.
The world is in a continuous change, which can generate problems in order to form an own identity, an identity that is formed through an appropriate education. Therefore, we need new educational methods by which we can send useful information to children for lifelong learning.
This study is a theoretical one and wants to highlight the concept of education and its exemplification. Also, highlighting the values of education in order to develop the personality of children is a priority in the present study. Through a strong personality we have a strong will, which drives creative thinking, and this places the child on an independent stage of society.

Keywords: Education, Concept, Student, Dimension, Development

Introduction

The approach of our study is current and explosive. I say this, because the crisis that is going through our country, but even the whole world, refers to the educational level first, and then to develop other crises. In order to discuss the educational field, it is necessary to clarify the concept of education. At present, the concepts we have about education are largely archaic, or living in a world where the new occurs very quickly, it is necessary to adapt to the current.

In human development, at each age of the child, stage of life, we can discuss something else in relation to education. This is because some things we try to develop in children a few months after birth and something else we want to develop when they reach pre-adolescence and later to adolescence, the concept varying depending on the age, culture, environment where it develops etc. In reality this concept is related to the notions we cultivate on the children's mental map. If these notions we cultivate will be useful later, they will deepen. If these notions will hinder a reality in which they can be applied, then it is a futile effort because they will be erased.

In this sense, education must clearly define which notions, which concepts of thought, which knowledge are significant enough to be applied elsewhere, should be passed on to children so that they can be used throughout their lives. Going back to the distant past we try to identify what concepts of education existed, for example in the old summary. The testimonies from that time relate that students had to learn the educational concept through discipline and obedience. Over the centuries, these concepts of obedience and discipline have been abolished.

In the past (the communist regime), in our country an industrial education was practiced in which people were taught to be functionally literate (to write, to read, to solve mathematical calculations, to have knowledge of general culture that they can apply wherever they can apply. it is necessary, adapting later to the profession). With the collapse of the industrial system,

industrial education was replaced by another kind of education, namely a system that comes from the US with a strict quantification, on quantitative indicators of progress and success. For example, in the US, students know that if they get certain large environments they will have the opportunity to enter certain prestigious universities on the American continent. This system is also taken over by our country. As a result we can see that even in the primary classes, the students have school competitions, school competitions in which many are behind. This is due to the fact that a contest provides some winners, and the rest are participants, who are depressed considering that they are not good because they did not win. Thus, bad relations with the school and the family intervene, their self-esteem decreases and then school absences follow and then even school dropout. So, it is very important to understand from the beginning what we want from our students.

In order for education not to become a training tool, it is necessary to focus on developing the potential of children. On average, a person lives in school for twenty years. During this time, the child can be trained in such a way that he or she wants the system.

The concept of education expressed through its pillars

The world is constantly changing. And this is reinforced by the emergence of the Internet in the social, educational, etc. Here people do not need the command of anyone, each having the freedom to do what he wants. This current is worldwide. Regardless of the learning style, characteristics, there are pillars of education (passion, identity, diversity, and understanding) that must be respected because they are seeds that generate other seeds.

- Pillar I, Passion

What creates passion in education? May it be interest, discovery, enlightenment, experiment, action, purpose, space, force, utility, etc? If we cultivate passion in children, because of this pillar other features related to passion develop that lead to the recovery of potentials and their activation. Why is passion needed? Passion means enrichment programs where you do not give notes but the horizon of knowledge is researched. This can be done through extracurricular programs (after-school), in which they work to make progress and for the student to discover new things.

By cultivating passion, the student, at the end of his studies, has the possibility to apply in the field of activity in which he has invested time, resources, money, etc.

- Pillar II, Identity

We mean here who I am, where do I come from, where am I heading? These questions can be applied to our children. This is a great question because at the level of children, they finish high school and are often disoriented because they do not know what they are good at. "I still do not know, I did not think" is the answer often to the question "What do you want to become in the future?" Which makes us understand that these children do not know their own characteristics, do not know identity. Egocentrism manifests itself by asking "Where would I like to do something?" And not "Where could I be useful?". This means that if the student does not focus on the concept of utility but on the concept of pleasure, obviously they are in confusion and on this pillar of identity you have nothing to build. But what can be built? We answer this question by the quality of knowledge, the self, the gifts or graces they have, debt, brotherhood, etc.

It's motivating like when you went on the keys of identity and you know who you are. The pillar of identity is a very important one because it helps the child to emerge from the unknown. The more a child is caught in activities, even from birth, the more the neurons of that child are put into operation so that they can identify with something. But when a child is forgotten in a corner and we remember him only when he has to eat or get dressed, he loses the potential he received at birth.

- Pillar III, Diversity

We can say that there are two categories of children who have difficulties in society: a) very gifted children sensory or physically; b) children with sensory or physical subtypes; these categories are shown with the finger, either they are too good or they are too weak.

What does diversity teach us? We think about acceptance, expression, difference, exposure, openness, etc. The moment when we teach children to approach, not to eliminate, to enjoy diversity and not to eliminate it from the beginning, I understand the universal, the conflict, the connections, the personality, the curiosity, the differences, the freedom, etc. So, through diversity, students have a huge horizon of understanding.

Diversity produces the personality leap of the child. This leap of personality must be produced in school and it is necessary to pay special attention to this aspect, through various educational programs. By producing this personality leap in school, the personality leap from gangs, entourages, etc. is eliminated from the beginning which is not exactly good in development.

At the moment children are exposed to many sources of education, some weaker, some stronger. An educational program held in school that will teach them to understand that diversity is the key to balance would lead to another history.

- Pillar IV, Understanding

This pillar produces love, listening, learning, analyzing, intuition, etc. But how can we understand them? Understanding is quite a difficult phenomenon. Most people sense phenomena rather than approach them to understand what is going on inside. Tales from Millet said that the hardest thing for a man is to understand himself, and Anthony Ashley Cooper said that who deals with the characters, is not allowed to know his own. Through an educational program, students can understand the mechanisms of understanding.

Education is required to cultivate the key to understanding, cultivating the mechanisms behind the understanding. Looking at a particular person we can say about her that she is beautiful or not, tall or short. The concept of understanding can be understood when a debate takes place. Not for everyone is a person beautiful, as for everyone a person is ugly.

Educational systems need to focus on debate, on discovery to help children recover from their lost potential. It is important that students do not lose themselves when they are hit by certain difficult conditions (misunderstanding), but they can fight and rise. By not facing the conditions (misunderstandings), children lose all their high abilities. The educational programs must consider the recovery of the children and the development of their personality and not their enslavement on the product of a society, multinational etc. Our children can change the world for the better when their potential is truly restored.

The concept of education expressed through its dimensions

Education implies, through its complexity, the development of the child's personality, a physical, intellectual, moral, aesthetic development, etc. The object of study of the dimension of education is developed through certain specific educational actions. The dimensions of education refer to a dynamic system that aims to develop the human personality. This system is not only dynamic, but it also implies a mobile aspect by adapting to the contemporary world that comes with new challenges. Thus, we will list a series of educational dimensions (Bocoș, M., Jucan, D., 2017):

a) Intellectual education

This dimension refers to a general character of education through the development of intellectual competences, through the development of cognitive functions, its structures and is the basis of knowledge. Intellectual education contributes to the integration of the child into the horizon of knowledge, so that later it deepens this knowledge to have a good specialized training.

The place where this educational dimension takes place is in school, having as a means of expression the process of formative or informative learning.

Intellectual education involves two purposes:

- Cognitive development;
- Development of intellectual behavior.

Through the two purposes, a series of specific objectives are developed, such as (Stan C., 2001):

- Cultivation of general cognitive abilities;
- Understanding of problem solving;
- Motivation for learning;
- The desire to know;
- Development of creativity, etc.

As we have seen, the purpose of intellectual education is to form personalities that have the competence to develop themselves intellectually. By developing this dimension in the child, at maturity it will be capable of the independence of thought that can be manifested through originality, criticism, courage, etc.

b) Aesthetic education

It is that dimension that highlights the creation and development of the beautiful existing in society, nature and art, through the formation of the human personality.

The principles of aesthetic education to create the beautiful artistic, natural and social are:

- The principle of openness. We refer here to the opening towards the beautiful in art, nature and society. This takes into account the development of the human personality from the point of view of the aesthetic product.

- The principle of interdependence. The interdependence between the evaluation, the reception and the aesthetic creation wants to express the permanent development of the human personality from the point of view of the aesthetic process.

- The principle of understanding. The development of the human personality through the unitary and contextual understanding between the content and the form of the aesthetic elements present in art, nature, and society, it is valorized by the concordance between all the dimensions of education.

- Modeling principle. We refer here to the modeling of the human personality from the aesthetic point of view through attitude, motivation and character.

As I said, aesthetic education militates for the promotion of the beautiful artistic, natural and social, but in this direction there is a set of specific values:

- The aesthetic ideal
- The aesthetic sense
- Aesthetic taste
- Aesthetic creation

These aesthetic values are expressed by the ability of the child to create, love, understand, and live the beautiful in the inter-human community.

c) Moral education

By moral education we mean the development of the human character as a value of one's personality, conscience and moral conduct. Moral is "the real, collective and individual phenomenon that includes the norms that regulate human relations and all the manifestations that are realized under certain norms and are subject to collective and individual appreciation" (Cătineanu, T., 1982, p. 11).

Moral consciousness includes three components (Albulescu, I., 2008):

- The cognitive component refers to moral notions, moral principles, moral judgments, moral knowledge, etc.

- The volitional component refers to the will.

- Affective component refers to emotions and feelings. It is important to mention that in order to form moral feelings in students; it depends on how the student relates to what surrounds him, because children are morally influenced by certain artistic literature.

These three components of inter-moral consciousness interrelate so much that they generate moral conduct, which represents the actions of the child in human relations (for example, how to behave, facts, social duties, etc.). Morality can be approached from two perspectives:

- The interpersonal perspective, which takes into account the human relations with the community and its peers;
- The intrapersonal perspective, which takes into account the human relations with oneself.

From the two perspectives we understand that moral education is a dimension that is scientifically concerned with behavior and coexistence in society. From the point of view of the content of moral education, we talk about (Albulescu, I., 2008):

The moral ideal refers to the size of the child's personality.

- Moral value. This content differs from one society to another, from one culture to another, because from a social point of view we have values such as kindness, honesty, etc., but from a specific point of view there are some values that are not a rule for all (of for example, national values). Moral value can be found in all social spheres.
- The moral norm refers to rules and has theoretical value.
- Moral rule refers to moral norms. The moral rule reflects more a legal aspect, because the violation of the moral rule attracts a legal sanction from a legal point of view.

In the school environment, moral education is practiced using the methodology of moral education. In this sense, the field of moral education is viewed from a perspective of lifelong learning, thus supporting moral conduct, moral attitudes, etc. Using the methods of moral education it is necessary to consider the age of the students. As methods used in moral education we highlight (Bocoș, M., Jucan, D., 2017):

- Moral explanation, aims to reveal the content and clarify the norms, rules and moral values. By explanation "it favors the understanding of things" (Albulescu, I., 2008, p. 103). It is realized with the help of language and implies the informative function through which the meaning of a moral requirement is realized and the simulative function by which the affective component is stimulated.
- The moral example is the method by which students are presented with a certain real or ideal situation and which represents a model to be followed. The student identifying with that situation tends to imitate the model, acting directly on the student's behavior.
- Moral story consists in the description of topics that contain moral facts. By telling the story the student is informed, thus he manages to select becoming more and more valuable (Văideanu, G., 1988).
- The moral exercise consists in the execution of actions repeatedly in order to develop the intellectual skills (Bontaș, I. 1996).

d) Vocational education

It is the educational dimension that refers to the preparation of the student for professional activities. These professional activities require some theoretical knowledge, but also specific skills.

Vocational education is based on knowledge, skills, moral behavior, moral conduct, aesthetic spirit, etc. Depending on the particularities of their own personality, the student has the opportunity to focus on a vocational orientation. To be successful in the profession, it is necessary to have certain moral qualities such as responsibility, punctuality, etc. and having communication skills and team spirit.

e) Religious education

Ever since the earliest age, children have a certain predisposition towards religiosity, they are only living, the child not expressing them. If these predispositions are cultivated they can be developed through religious education. The difference between a child and an adult from a religious point of view is that in childhood religiosity is based on one's own way of life while in adults religiousness is expressed through a deep spiritual form.

A religious education is necessary to take place in childhood because besides the natural moral law the child grows and develops by discovering the moral-religious law. In the first years of life responsible for a religious education is the family. During the childhood, religious experiences can leave their mark on the child's life because it is the period when there are numerous favorable moments in which he can use the religious-moral education (Șebu, S., Opriș, D., Opriș, D., 2000). Three criteria are identified in the content of religious education (Călugăr, D., 1984):

- The psychological and pedagogical criterion, which refers to the psychological development of the students. The knowledge must be transmitted so that the students understand it. This is why it is important to adapt the information and its depth according to the age of the child and his intellectual level of understanding.
- Theological criterion refers to the transmission of the teachings of faith.
- The criterion of patriotism refers to the development of awareness of belonging to the homeland. This criterion wants to develop the national identity of the child.

Religious education is closely linked to intellectual education. From the religious education it cannot have the moral absence. Through religious education one wishes to express human freedom. Religious education is an action that aims to develop the human personality from the point of view of religious values.

f) Physical education

Through physical education the harmonious development of the child is concerned with regard to the body, its health. Physical education aims at the biological side of man, ensuring optimal conditions for the development of the student's personality.

Physical education aims to develop qualities in students such as modesty, courage, perseverance, honesty, fair-play behavior, etc. Through physical education, the development of sanitary skills in students is pursued, the formation of moral qualities, the consolidation of health, the development of motor skills, more precisely, it is said that the student can have a harmonious development of his own body.

g) New education

This educational dimension has emerged in response to the problems that exist in contemporary society. They want to contribute to solving the problems existing in society. These new educations refer to (Bocoș, M., Jucan, D., 2017):

- ✓ Civic education involves activities for training the child in order to become a good citizen.
- ✓ Axiological education refers to an education through the prism of all universal values, placing the human being at the center.
- ✓ Ecological education aims to protect the environment. The purpose of these educations is to form ecological behavior in children.
- ✓ Medical education refers to an individual development regarding the cultivation of a high quality of medical services. The purpose of these educations is to develop knowledge so that physicians carry out their activity as efficiently as possible.
- ✓ Health education refers to the knowledge that a child must acquire in order to develop them as healthy as possible.
- ✓ Demographic education takes into account the responsibility of each of us in relation to social issues.
- ✓ Economic education.
- ✓ Education for family life.

✓ Leisure education refers to the management of free time so that the child develops his personality in a positive way.

✓ Media education refers to the information transmitted by the media and their use by the students, especially when we live in an Internet Age and access to information is unlimited.

✓ Intercultural education refers to the cultural complexity and affirmation of one's identity by accepting, valorizing and respecting the identity of the other.

✓ Human rights education implies the knowledge and respect of human freedom.

These new educations try to respond to contemporary challenges through educational actions that are adapted to different problem situations.

Conclusion

Man is an educable being and since ancient times he has brought his contribution in developing human education. As we have seen in this article, education can be viewed from different angles. We have a duty to develop and implement the educational system that can make the child become a being who can lead himself and not a being who can be led.

The educational concept from a didactic point of view varies from one stage to another, from one age to another, for which we transmit information to our children and students taking into account certain particularities (age, cognitive ability, etc.). The information transmitted to the student must be useful throughout his life, so we can advocate for a pedagogy of lifelong learning.

BIBLIOGRAPHY

1. Albulescu, I., (2008), *Morală și educație*,Editura Eikon,Cluj-Napoca.
2. Albulescu, I., (2008),*Pragmatica predării. Activitatea profesorului între rutină și creativitate*,Editura Paralela 45,Pitești.
3. Bocoș, M., Jucan, D., (2017),*Fundamentele pedagogiei. Teoria și metodologia curriculumului. Repere și instrumente didactice pentru formarea profesorilor*, Editura Paralela 45,Pitești.
4. Bontaș, I., (1994), *Pedagogie,* Editura All, București.
5. Călugăr, D., (1984), *Catehetica*, Editura Institutului Biblic și de Misiune al Bisericii Ortodoxe Române, București.
6. Stan, C. (2001), *Teoria educației. Actualitate și perspective*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
7. Șebu, S., Opriș, D., Opriș, M., *Metodica predării religiei*, Editura Reîntregirea, Alba-Iulia.
8. Văideanu, G., (1988), *Educația la frontiera dintre milenii*, Editura Politică, București.

G.G ANTONESCU AND THE ACTUALITY OF THE FORMATIVE-ORGANICIST PEDAGOGY

Ionela Brinza
PhD, "Ion Creangă" Pedagogical State University of Chişinău

Abstract: This article relating to the theme : The topicality of the formative-organicist pedagogy developed by G. G. Antonescu includes : adnnotation, key concepts (Romanian, English), 7 page text and bibliography.
The historical pedagogy research (diachronic and sinchronic) approaches the historical dimension of G. G. Antonescu's personality, the epistemological dimension of G. G. Antonescu and the practical dimension of G. G. Antonescu's pedagogy which creates interest in formative-organicist school.

Keywords:G.G. Antonescu, pedagogy, education

Dimensiunea istorică a personalităţii lui G.G Antonescu

În contextul unei *cercetări istorice* determinate este necesar să fixăm un set de date importante despre viaţa pedagogului G.G. Antonescu, despre opera sa şi evaluarea sa critică, din perspectivă epistemologică *sincronică* şi *diacronică*.

Viaţa pedagogului G.G. Antonescu este un exemplu de spirit academic influent în epocă. Este personalitatea cea mai proeminentă a pedagogiei interbelice româneşti, în general, a *„Şcolii de la Bucureşti*", în special. A format personalităţi importante ale pedagogiei româneşti interbelice ca: I.C. Petrescu şi Iosif Gabrea. A fost directorul *Institutului Pedagogic Român* unde a publicat lucrările sale şi ale discipolilor săi.

Opera lui G.G. Antonescu este produsul cercetării pedagogice fundamentale bazată pe analiză filosofică şi istorică a problematicii educaţiei.

Primele scrieri sunt un argument în favoarea curentului pedagogiei filosofice promovat de G.G. Antonescu: *„Studii asupra filosofiei germane contimporane"* (1906); *„Studii asupra educaţiei morale şi estetice"* (1912).

Opera sa fundamentală, *„Pedagogia Generală"* este pregătită de mai multe lucrări elaborate pe baza cercetării istorice: *„Pestalozzi şi educaţia poporului"*- 1922, *„Herbert Spencer şi pedagogia utilitaristă"* - 1919, 1921, 1922, *„Din problemele pedagogiei moderne"* - 1923, *„Istoria pedagogiei: Doctrinele fundamentale ale pedagogiei modern"* (apare în mai multe ediţii: I - 1927, II - 1930, III - 1939, IV – 1943).

Demersul practic susţinut prin *Pedagogia generale* e pregătit şi de alte studii care au legătură cu politica educaţiei: *„Baza pedagogică a reorganizării învăţământului"* - 1923, *„Universitatea, învăţătorul şi culturalizarea satelor" – 1927.*

Construcţia filosofică a operei lui G.G. Antonescu nu exclude, ci încurajează întreprinderea unor abordări interdisciplinare, exersate în *„Psihanaliză şi educaţie"* (1928) şi în *„Educaţie şi cultură"* (1928, 1935, 1972).

După sinteza realizată în „Pedagogia generala" G.G. Antonescu a aprofundat problematica *teoriei educaţiei* în două lucrări importante*: „Educaţia morală în şcoală românească"* şi *„Educaţia morală şi religioasă în şcoală românească"* (1937).

Spirit ordonat, preocupat de o construcţie sistemică, G.G. Antonescu revine în ultimele scrieri la problematica istoriei pedagogiei susţinută cu amplitudine în *Antologie pedagogică în*

colaborare, 2 volume (1937), *Pedagogia contemporană. Probleme şi curente* -1943) şi cu intensitate într-un studiu reprezentativ intitulat ,,*Goethe - filosof şi pedagog"* (1932).

Evaluarea istorică a operei pedagogice a lui G.G. Antonescu solicită, în mod special, o dublă investigaţie, *sincronică* şi *diacronică*, tipică cercetării istorice promovată la nivel de *cercetare pedagogică fundamentală*. La acest nivel *analiza de text*, trebuie completată, confirmată şi nuanţată prin valorificarea interpretărilor realizate în timp de mai mulţi cercetători.

În analiza *sincronică* importantă este opera unui contemeporan al lui G.G. Antonescu, Grigore Tăbăcaru, autor al cărţii *Istoria pedagogiei româneşti* scrisă în colaborare cu Constantin Moscu, lucrare reeditată la Editura Grigore Tabacaru din Bacău, în anul 2011.

Grigore Tăbăcaru vorbeşte despre contribuţia lui G.G Antonescu la progresul semnificativ al pedagogiei româneşti susţinut şi prin contribuţia altor prin profesori universitari: Ghe. Adamescu, V. Ghidionescu, Stanciu Stoian, Iosif Gabrea şi profesori de la şcolile normale ca N. Enescu, P. Radu, P. Pipos.

În paginile dedicate pedagogiei interbelice, Grigore Tăbăcaru caracterizează acesta perioada că fiind perioada de afirmare a "noii pedagogii" ca o pedagogie politică autohtonă a culturii.

În analiza *diacronică* facem apel la istoriile realizate de pedagogi celebri precum Ştefan Barsanescu şi Ion Gh. Stanciu.

În *,,Istoria Pedagogiei" - manual pentru clasa a XII-a* (1991), I.Gh. Stanciu, îl prezintă pe G.G. Antonescu ca exponent principal al orientării filosofice în pedagogia românească preocupat însă şi de reformarea şcoolii. ,,G.G. Antonescu nu era mulţumit de şcoala vremii sale" care „ nesocotea condiţiile interne ale copilului şi punea pe primul plan aspectul informativ al instrucţiei neglijând pe cel formative". Soluţia filozofică propusă ,,***şcoala formativ – organicistă"*** era şi o soluţie practică, deoarece acorda prioritate formării spiritului elevului, actualizând şi desăvârşind potenţialul psihic cu care a acesta a fost înzestrat de la natură.

În *Istoria pedagogiei-manual pentru liceele pedagogice şi institutele pedagogic de 2 ani*, Ştefan Barsanescu îl consideră pe G.G. Antonescu reprezentantul pedagogiei *neoclasice*. Efortul său inovator, fundamentat filozofic, susţinut în plan teoretic şi deschis la nivel practic îl situează mai aproape de pedagogia clasică. Dezvoltarea pedagogiei, o concepe doar prin întemeierea noului pe vechi şi continuarea vechiului prin nou, conform teoriei evoluţioniste.

În concepţia lui G.G. Antonescu procesul dezvoltării şcolii şi al pedagogiei, trebuia să aibă o evoluţie naturală, lentă, dar profundă, fără salturi artificiale sau conjuncturale. Ideile noi îşi au rădăcina în altele mai vechi. Forţarea *modernităţii* este o idee criticată în condiţiile în care în epoca sa sunt preluate nediferenţiat noi teorii pedagogice supuse „pedagogiei experimentale", "şcolilor noi", ,,centrelor de interes".

Dimensiunea *epistemologică* a personalităţii lui G.G Antonescu

Această problematică este tipică pedagogiei filozofice promovată de G.G. Antonescu. Viziunea sa generală pleacă de la analiza istorică şi continuă prin fixarea răspunsurilor la cele mai importante probleme ale pedagogiei generale: obiectul de cercetare – educaţia; normativitatea (principiile specifice); metodologia de cercetare (istorică, fundamentală); limbajul specific pedagogiei.

În plan *normativ*, conceptul de şcoală formativ-organicistă, este elaborat special pentru proiectarea unei reforme autentice a sistemului de învăţământ din România în perioada 1920-1940.

Cercetarea propusă este una *fundamentală*, bazată pe resursele superioare ale investigaţiei istorice. Doar astfel pot fi sesizate cele mai importante probleme ale pedagogiei

contemporane. În cartea „Din problemele pedagogiei moderne" (1923), este analizată critic „moda în pedagogie" care exercită influenţe negative pentru că „e foarte accentuată în periferie (…) devenind mai violentă, deci mai periculoasă, acum după război". În acest context este importantă „puterea de rezistenţă şi reacţiunea inhibatoare" a organismului central care trebuie fundamentat filozofic la nivel de pedagogie generală. În lipsa acestui fundament reacţia la *moda în pedagogie* „este foarte redusă". Astfel încât „cedăm uşor capriciilor de moment şi tentaţiilor care ne vin de mediul înconjurător" (G.G. Antonescu, 1923, p. 5).

În pedagogia românească interbelică, *moda* – aprecia G.G. Antonescu – întreţine tendinţa foarte periculoasă de a ignora complet „faptul evident că pedagogilor clasici le datorăm principiile fundamentale ale pedagogiei contemporane. Mai mult „chiar aşa-zisele „curente noi" îşi au originea în pedagogia clasică modernă". Este subliniată în acest sens contribuţia lui Comenius, Rousseau, Kant, la analiza dimensiunilor esenţiale ale educaţiei (inteelctuale, morale, estetice), dar şi la „organizarea şcolară" care cere „unitatea organică" a tuturor treptelor de învăţământ

Cercetarea istorică, promovată la nivel de cercetare pedagogică fundamentală este valorificată şi în tratatul „Pedagogia generală" (1930, II -1936 , III- 1941, IV -1943,V-1946

„*Istoria pedagogiei. Doctrinele fundamentale ale pedagogiei moderne*" (Editura Casa Şcoalelor, 1927) este rodul unei cercetări istorice fundamentale. Studiul introductiv, „Pedagogia nouă faţă de pedagogia trecutului" constituie un excepţional model de cercetare istorică, valabil şi astăzi. Autorul critică aspru „credinţa falsă a câtorva pedagogi şi mai ales a multor diletanţi din timpul nostru că pedagogia trece printr-o perioadă de revoluţie şi că prin urmare toate principiile şi metodele vechi urmează să fie nesocotite pentru a face loc unor principii şi metode cu totul „*noi*".

În ediţia a III-a publicată de G.G. Antonescu, în 1941, *Pedagogia generală*, studiul introductiv „*Şcoala care ne trebuie. Şcoala formativ-organicistă*" – atrage atenţia supra importanţei problemelor generale ale educaţiei care nu pot fi rezolvate decât prin resurselor epistemologice şi morale superioare ale cercetării istorice. Trebuie eliminată tendinţa proprie unor politicieni ai educaţiei care „au pretenţia de a cerceta o anumită problemă în mod izolat", de a suprapune problemele speciale, particulare, peste cele generale.

Normativitatea unei cercetări pedagogice fundamentale constă în recunoaşterea faptului că „nu putem soluţiona problemele speciale – bacalaureatul, anul pregătitor pentru universitate, programele şi manualele şcolare etc. – până nu vor stabili *principiile* fundamentale". Astfel, „dacă voim să luăm o atitudine hotărâtă şi corectă în orice problemă de învăţământ, indiferent care ar fi ea, să fim mai întâi lămuriţi asupra câtorva **principii mari**, care trebuie să stea la baza învăţământului de toate gradele" (Ibidem, p. XV)

Pedagogia generală a lui G.G. Antonescu, include, în spirit herbartian, trei mari domenii: 1) *Fundamentele pedagogiei* (definirea *educaţiei* şi a *pedagogiei*; *educabilitatea*; c) relaţia teorie - practica pedagogică; idealul educaţiei, ca „ideal integralist", ca „sinteza individualului cu socialul"; 2) *Teoria învăţământului* sau *Didactică generală* (educaţia intelectuală; condiţiile psihologice ale învăţământului; c) condiţiile obiective ale învăţământului – materia de învăţământ, modul de transmitere a cunoştinţelor prin „metodele de învăţământ"; procesul învăţării, apropiat de treptele herbartiene, prezentarea unor planuri de lecţie; 3) *Teoria educaţiei* (morală, estetică, raportul dintre educaţia estetică şi educaţia intelectuală).

Fundamentele epistemologice ale pedagogiei lui G.G. Antonescu sunt fixate la nivel de:

1) Obiect de studiu specific - educaţia care „face diferenţa între organismul natural şi organismul social" al *fiinţei umane,* având ca ideal „sinteza individualului cu socialul" realizabilă la toate nivelurile sistemului de învăţământ (Ibidem, vezi pp. 85-113);

2) *Metodologia de cercetare proprie pedagogiei*, dependentă de specificul pedagogiei ca „ştiinţă a educaţiei", cu legături cu psihologia, sociologia, fiziologia etc.", include: *metoda inductivă* (preluată din ştiinţele naturii) şi *deductivă* (preluată din filozofie pentru elaborarea

finalităţilor educaţiei şi modelelor de educaţie morală, intelectuală, estetică etc.; metoda psihanalitică, preluată din medicină, utilizată pentru rezolvarea unor situaţii speciale (Ibidem, vezi pp. 64-81).

3) *Normativitatea pedagogiei* dependentă de „valoarea pedagogiei ca ştiinţă care trebuie să propună un sistem de adevăruri generale şi necesare" afirmate ca principii care deşi nu sunt definitive au calitatea de legi probabilistice care pot susţine „caracterul de ştiinţă al pedagogiei" (Ibidem, vezi pp. 52, 53).

Dimensiunea *practică* a pedagogiei lui G.G Antonescu

Această dimensiune este fundamentată la nivel teoretic în condiţiile în care autorul militează pentru proiectarea unui sistem de învăţământ eficient, care promovează „şcoala formativ-organicistă".

Şcoala formativă îşi propune „să formeze spiritul elevului" desăvârşind ceea ce el ne aduce de la natură, prin actualizarea potenţialului său psihic".

Şcoala organicistă este „şcoala care tinde a cunoaşte şi a respecta condiţiunile interne organice ale sufletului individual al elevului", care asigură astfel „adaptarea operei de educaţie la individualitatea psihică a elevului" (Ibidem, p.XVII).

Modelul şcolii formativ-organiciste este promovat de G.G. Antonescu prin instituirea unui sistem de norme de politică a educaţiei. Ele reflectă „pedagogia timpului nostru ca rezultatul unei evolutii" care ne ajută să evităm, datorită experienței trecutului, o mulțime de căi greșite în practică și de principii eronate în teorie.

BIBLIOGRAPHY

1. Antonescu,G.G. Pedagogia generală, Bucureşti, 1930.
2. Antonescu, G.G, Educaţie şi cultură, Editura Cultură Românească, 1972.
3. Antonescu, G. G, Istoria pedagogiei-Doctrinele fundamentale ale pedagogiei modern, Editura Casei Școalelor, 1972.
4. Antonescu G.G., Din problemele pedagogiei moderne, Editura Cartea Romanească, București, 1923, 215 pag.
5. Antonescu G.G., Educație morală și religioasă în scoală romanească, Editura Cultură Romanească, București, 144 pag.
6. Antonescu G.G., Pedagogia Contemporană. Probleme și curente, Editura Cultură Romanească S.A.R. București, 288 pag.
7. Barsanescu St. Istoria pedagogiei.Manual pentru liceele pedagogice și institutele pedagogice de 2 ani, București, E.D.P (p 313-316) (1970).
8.Cristea Gabriela, Reforma invătământului. O perspectivă istorică 1864-1944, Idei pedagogice contemporane, 2001, Editura Didactică și Pedagogică R.A-București, 351 pag 9. Cristea Sorin, Concepte fundamentale în pedagogie, vol 1-9, Editura: Didactică Publishing House, 2016 – 2017. 10.Cristea Sorin, Fundamentele pedagogiei, Editura Polirom, 2010, 400 pag.
11. Cristea Sorin, Teoria și praxiologia cercetării pedagogice (în colaborarea cu Maia Cojocaru-Borozan, Larisa Sadovei, Ludmila Papuc), Editura Didactică și Pedagogică RA, București, 2016 (306 pag).
12. Stanciu I. Gh. Istoria pedagogiei.Manual pentru clasa a XIIa, școli normale, București, E.DP, 1991.
13. Stanciu I, Gh. O istorie a pedagogiei universale și românești pană la 1900, Editura Didactică și Pedagogică, 1977, 394 pag.

14. Stoian, Stanciu, Pedagogia modernă și contemporană, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1976.

15. Tăbăcaru, Grigore, Moscu C-tin, Istoria pedagogiei românești, Bacău, Ed Grigore Tăbăcaru, 2011.

ABSTINENT ALCOOHOLICS' TRUST IN THEIR OWN SOCIAL RELATIONSHIPS

Mihók-Géczi Iános-Mátyás-Tamás
PhD, University of Oradea

Abstract. Almost each and every aspect of a person's life is based, one way or another, on trust, which positively leads to the development of the interpersonal social interactions. In case of persons suffering from alcohol use disorder, social relationships that have been built over time become inevitably deteriorated and, as a consequence, people around them lose their trust in them. Also, they get to lose their own trust in people around them. My main objective in the present work is represented by identifying to what extent the trust of alcoholics in some persons is influenced by their status: relapsed alcoholics (former abstinents), abstinent alcoholics who have had at least one relapse in the past and abstinent alcoholics (with no relapse episodes). The batch of participants was made up of 273 persons, men, of which: 133 without relapses, 93 with at least one relapse episode in the past and 47 former abstinents, relapsed at the moment. The analyze of the aspects regarding trust has been realized based on the situation of the reported relapses or the loss of abstinence, by actually analyzing the duration of the continuous abstinence period (at least 5 years). As a conclusion of the statistical processing of data, it has been demonstrated that the abstinents with no relapse episodes have gained statistically significant higher scores of the trust in friends, compared to the abstinents with at least one relapse, respectively trust in relatives, compared to the former abstinents. Also, those who reported an abstinence period longer than 5 years have been proved to have a higher level of trust in people living in the same residence, neighbours, friends and relatives, compared to those with a shorter abstinence period.

Keywords: alcoholic, abstinent alcoholic, relapse, social relationships, trust

Introducere

Relațiile interumane se bazează pe *încredere*. În DEX identificăm încrederea ca fiind „un sentiment de siguranță față de cinstea, bunăcredința sau sinceritatea cuiva". La baza oricărei relații, de prietenie, de dragoste sau profesională stă încrederea. Sentimentul de încredere este fragil, iar ca variabilă este prezentă sub două aspecte: una emoțională și una socială. Pe când încrederea emoțională se referă la faptul de a putea împărtăși propriile sentimente fără teama a fi ridicol sau disprețuit, cea socială implică un risc de respingere individuală sau de grup, de criticare a altora sau de a fi criticat.

În cazul persoanelor dependente de alcool (persons suffering from alcohol use disorder), relațiile sociale cultivate de-a lungul timpului se deteriorează inevitabil, astfel încât, aceștia au parte de pierderea încrederii celor din jur.

În urma marginalizării de care au parte datorită comportamentului lor adictiv acești oameni ajung să experimenteze ce înseamnă pierderea încrederii. Citatul unui autor necunoscut este foarte edificator în acest sens: „Încrederea este ca o gumă de șters, se micșorează din ce în ce mai mult după fiecare greșeală". Iar dependenții de alcool „greșesc".

Mare parte dintre dependenții de alcool trec prin situații de viață dificile, traumantizante (de exemplu divorț, pierderea locului de muncă, probleme cu legea etc.) ceea ce la rândul lor poate avea drept un efect bumerang, pierderea sau slăbirea acestui sentiment de încredere în cei apropiați chiar și după recuperare.

Odată cu încetarea consumului și demararea procesului de recuperare, efectele vieții autodistructive anterioare și neîncrederea nu dispar brusc. Reabilitarea are loc treptat odată cu renunțarea la postura de victimă și conștientizarea faptului că, contribuția proprie a fost una însemnată în pierderea încrederii celor din jur.

În urma recuperării, pe parcursul acesteia, sistemul de suport social joacă un rol important. În acest context încrederea în legăturile sociale pot fi o cheie în atingerea și menținerea abstinenței cu succes, astfel încât aceasta să devină durabilă și stabilă.

În prezenta cercetare mi-am propus identificarea măsurii în care încrederea dependenților de alcool (alcoolicului) în anumite persoane este influențată de stadiul în care se găsesc, și anume: alcoolici recăzuți (foști abstinenți), alcoolici abstinenți care pe parcursul abstinenței lor însă au avut recădere(i) și alcoolici abstinenți (fără recădere).

Așadar, mi-am propus să găsesc răspuns la următoarele întrebări:

1) în ce măsură încrederea este influențată de apartenența la una dintre aceste categorii menționate ?

2) lungimea unei abstinenței continue de peste 5 ani ridică/restabilizează gradul de încredere ?

1. Alcoolism – Alcoolic – Încredere

Alcoolismul, denumit și *etilism,* Conform Dicţionarului explicativ al limbii române (1998, p.25), este „Abuz permanent de băuturi alcoolice; o intoxicație alcoolică cronică, o stare patologică determinată de consumul excesiv de alcool”. Alcoolismul reprezintă o manifestare conștientă sau inconștientă, de satisfacere a necesității de a consuma alcool, fără a ține cont de mijloace și fără a lua seama de consecințe, în vederea evitării unor stări de disconfort psihic sau pentru a evita sevrajul.

Problema alcoolismului este un fenomen care își pune amprenta în mod direct asupra persoanei alcoolice și familiei acestuia și în mod indirect asupra întregii societăți.

Alcoolicii sunt persoanele dependente de alcool, consumatori excesivi de băuturi alcoolice, aceia la care dependența a atins un asemenea nivel, încât prezintă o sensibilă tulburare mentală sau o interferenţă cu sănătatea lor corporală şi mentală, cu relaţiile lor interpersonale şi cu funcţia lor socială şi economică ce nu poate fi exersată normal sau care prezintă perturbări evolutive. Sunt oameni care, la un moment dat în viaţa lor, au început să bea la fel cum o face fiecare dintre cei care beau în societate, însă în timp, au pierdut controlul, dorinţa de consum a devenit dominantă, pentru ei, a bea nu mai este o chestiune de autodeterminare, ci o obsesie (Schneider, Lux & Lux, 1999).

Abstinența este noțiunea prin care este definită abandonarea definitivă al consumul de băuturi alcoolice și al oricăror altor produse care conțin alcool. Pentru persoanele care au ajuns dependente de alcool, abstinența este o condiție indispensabilă și de aceea o măsură terapeutică de bază, iar când cineva a ales stilul de viață abstinent, trebuie să fie capabil nu numai să trăiască fără alcool, ci să facă față și proximității acestuia (Schneider, Lux & Lux, 1999).

Recuperarea din dependență reprezintă un proces care durează pe tot parcursul vieții. Mai mult, tratamentul reprezintă doar o parte din procesul de recuperare (Laudet, Savage, & Mahmood, 2002).

Sunt cazuri în care abstinența este întreruptă, consumul fiind reluat ceea ce duce la așa zisa *recădere* sau *recidivă*. Nu se poate vorbi de recidivă decât dacă ea urmează unui succes în modificarea comportamentului și atitudinii față de substanță și reînceperea consumului are loc la individul care își propusese să trăiască abstinent și a acceptat faptul că este alcoolic.

Recăderea sau recidiva este revenirea la adicție, un proces de alunecare înapoi într-un vechi tipar de modulare a sinelui care culminează cu acțiunea de a consuma din nou droguri (Clemmens, 2012).

Unele studii din literatura de specialitate concluzionează, de exemplu, că există şanse mari de susţinere şi stabilizare ale abstinenţei în timpul primilor 3 ani. Mai mult, în rândul persoanelor cu o abstinenţă de peste 5 ani riscul de recidivă scade la 14% (Dennis et al., 2007).

Bottlender și Soyka (2005), studiind un program intensiv de tratament ambulatoriu (perioadă de urmărire de 3 ani), ajung la concluzia că rata de abstinență atinge 43% (Bottlender & Soyka, 2005).

Revizuind literatura de specialitate privind anumite studii de recuperare a alcoolicilor Sobell și colab. (2000), ajung la concluzia că viitoarele studii în ce privește recuperarea naturală ar trebui să aibă în vedere un interval de timp de recuperare de minim 5 ani (Sobell, Ellingstad, & Sobell, 2000).

Încrederea este cel mai general factor care facilitează cooperarea voluntară și acoperă o gamă largă de relații reunind o varietate largă de obiecte. Aproape orice aspect din viața unei persoane se bazează într-un fel sau altul pe încredere, ceea ce în sens pozitiv duce la dezvoltarea interacțiunilor sociale interumane.

În majoritatea familiilor care funcționează bine, se găsește acțiune, încredere și expresiile emoționale sunt acceptate, integrate împreună cu înțelegerea și sprijinul. Membrii familiei se simt liberi să ceară atenție și să acorde atenție altora în schimb. În familiile în care trăiesc persoane alcoolice, încrederea, afecțiunea și împărtășirea sunt mărfuri rare, iar emoțiile sunt adesea reprimate și deformate (Bingham & Bargar, 1985).

Lindstrom ajunge la concluzia că o participare socială ridicată, combinată cu încrederea scăzută (în comparație cu participare socială ridicată / încredere înaltă) este asociată în mod pozitiv cu un consum ridicat de alcool în rândul bărbaților (Lindström, 2005).

După Juliana Mallart „Încrederea este acel sentiment care, investit în ceilalți, poate face adevărate miracole" și mulți dintre cei care au reușit să învingă dependența consideră acest fapt chiar un miracol.

2. Obiective și Ipoteze

Prezenta lucrare vizează gradul de încredere al a persoanelor dependente de alcool în propriile relații sociale, ca atare am formulat următoarele obiective:

O.1. Investigarea şi evidenţierea modului în care încrederea persoanelor dependente de alcool în propriile relaţii sociale este influențată de stadiul în care se găsesc (abstinenți fără recădere, cu recădere(i) sau recăzuți)

O.2. Analiza modului în care încrederea persoanelor dependente de alcool în propriile relații sociale este influențată de lungimea continuă a abstinenței.

Pentru atingerea obiectivelor propuse am emis următoarele ipoteze:

Ip.1. Persoanele abstinente fără recădere manifestă o încredere mai ridicată în propriile relații sociale comparativ cu cei care au avut în istoric recădere(i) sau cei care au renunțat la abstinență fiind recăzuți.

Ip.2. Odată cu avansarea în anii de abstinenţă continuă fără recădere (peste 5 ani) scorurile privind încrederea vor fi superioare comparativ cu cei cu abstinență mai redusă.

3. Metodologia cercetării

Având în vedere obiectivele fixate și ipotezele formulate, prezentul studiu este unul transversal, iar designul implică trei grupe de participanți (abordare comparativă) în funcție de recădere: fără recădere, cu recădere și recăzut.

În demersul cercetării au fost prelucrați itemi de interes (A2, A4, A5, B10.1 - B10.5) cuprinşi într-un *chestionar sociologic* pentru alcoolici (la cerere la autor). Itemii B au fost cotați pe o scală Likert de la 1 – deloc, la 4 – foarte multă referinde-se la câtă încredere au subiecții în: 1) Oamenii pe care nu-i cunoașteți; 2) Oamenii din localitatea Dvs; 3) Vecini; 4) Rude și 5) Prieteni.

Datele au fost culese la evenimente și manifestări care au presupus participarea unor persoane de interes în perioada mai 2015 – noiembrie 2017.

Universul cercetării a fost format din persoane dependente de alcool care au avut cel puțin un episod de abstinență în istoric. Astfel, un prim lot a fost alcătuit din 226 de persoane de sex masculin, alcoolici abstinenți. Persoanele abstinente au raportat abstinențe cuprinse între 3 luni şi 38 de ani. La data intervievării toţi erau abstinenţi de minimum 3 luni de la debut sau de la ultima recădere. Dintre aceștia 133 (58,8% - vârsta medie 48,76 ani) sunt cei fără recădere, diferența de 93 (vârsta medie 46,62 ani) fiind cei care au raportat una sau mai multe recăderi pe parcursul abstinenței lor.

Un lot secund de subiecți a fost compus din 47 de persoane de sex masculin dependente de alcool, care prezintă în istoric perioadă(e) de abstinență, însă la data intervievării fiind consumatori, aceștia sunt cei recăzuți. Vârsta acestora este cuprinsă între 26 și 65 ani (media 46,49 ani) iar perioadele de abstinență au fost cuprinse între 6 luni și 4 ani și 3 luni.

Vârsta medie a întregului eșantion de 273 de persoane (vârste cuprinse între 26 şi 80 de ani) a fost de 47,88 ani.

Ca *metodă de analiză*, având în vedere cele trei categorii ale variabilei dependente, în urma calculării mediilor pe itemi, am procedat la compararea acestora (cu ajutorul programului SPSS) prin metoda *one-way ANOVA*, pentru a vedea în ce măsură diferențele sunt semnificative statistic. Ulterior, cu ajutorul testului *t* am căutat să aflu în ce mod se diferențiază, la care itemi, cele trei (sau două) categorii analizate.

4. Rezultate

Rezultatele ANOVA obținute în urma testării primei ipoteze sunt prezentate centralizat în tabelul 1.

Tabel 1 - Rezultate ipoteza 1

Item	**Ip.1**	**ANOVA**		**Alcoolic (abstinent)**	**Media**
	Încrederea în …	F	Sig.		
1	Persoane necunoscute	1,883	0,154	Fără rec.	1,32
				Cu rec.	***1,55***
				Recăzut	1,34
2	Persoane din oraș de rez.	0,500	0,607	Fără rec.	***1,95***
				Cu rec.	1,94
				Recăzut	1,81
3	Vecini	6,687	***0,001***	Fără rec.	2,11
				Cu rec.	***2,13***
				Recăzut	1,55
4	Rude	3,084	***0,047***	Fără rec.	***2,96***
				Cu rec.	2,81
				Recăzut	2,57
5	Prieteni	4,652	***0,010***	Fără rec.	***2,97***
				Cu rec.	2,59
				Recăzut	2,81

În urma efectuării ajustării Bonferroni a numărului de comparații, rezultatele semnificative statistic obținute sunt prezentate în tabelul 2.

Tabel 2 - Rezultate test *t* între grupuri

	Grupuri	***t***	**Sig.**

tem			**(bidirecțional)**
	Fără recădere - Cu recădere	-0,185	0,854
	Fără recădere - Recăzut	3,347	***0,001***
	Cu recădere - Recăzut	3,366	***0,001***
	Fără recădere - Cu recădere	1,211	0,227
	Fără recădere - Recăzut	2,471	***0,014***
	Cu recădere - Recăzut	1,402	0,163
	Fără recădere - Cu recădere	3,022	***0,003***
	Fără recădere - Recăzut	1,092	0,276
	Cu recădere - Recăzut	-1,261	0,209

Rezultatele analizei cu privire la suma tuturor domeniilor scalei sunt prezentate în tabelul 3. Rezultatul testului Levene (0,265) pentru analiza variațelor a indicat valoarea lui p=0,767.

Tabel 3 – Rezultate ANOVA, Suma scalei *Încredere*

Alcoolic	**N**	**Media**	**ANOVA**	
			F	Sig.
Fără recădere	133	***11,315***	2,486	0,085
Cu recădere	93	11,010		
Recăzut	47	10,085		

Rezultate testării ipotezei secunde, testul *t* între grupurile de abstinenți în funcție de lungimea abstinenței continue, sunt prezentate în tabelul 4.

Tabel 4 – Rezultate test t între grupurile de abstinenți +/- 5 ani abstinență continuă

Item	**Ip.2**	**Test *t***		**Alcoolic (abstinență +/- 5 ani)**	**Media**
	Încrederea în …	*t*	Sig.		
1	Persoane necunoscute	1,224	0,222	peste 5 ani	***1,50***
				sub 5 ani	1,35
2	Persoane din oraș de rez.	4,210	***0,000***	peste 5 ani	***2,21***
				sub 5 ani	1,74
3	Vecini	2,495	***0,013***	peste 5 ani	***2,29***
				sub 5 ani	1,98
4	Rude	2,004	***0,046***	peste 5 ani	***3,04***
				sub 5 ani	2,79
5	Prieteni	3,124	***0,002***	peste 5 ani	***3,03***
				sub 5 ani	2,64

5. Discutarea rezultatelor

În urma rezultatelor obținute prima ipoteză nu s-a confirmat. Semnificație statistică în urma căreia se diferențiază cele trei grupuri analizate din punctul de vedere al încrederii s-a regăsit doar în cazul celor fără recădere comparativ cu cei cu recădere(i) cu privire la încrederea în prieteni (p=0,003); în cazul celor fără recădere și cei recăzuți cu privire la încrederea în rude (p=0,014); în cazul celor fără recădere și cei recăzuți cu privire la încrederea în vecini (p=0,001); respectiv în cazul celor cu recădere(i) și cei recăzuți în ce privește încrederea în vecini (p=0,001).

În cazul celei de-a doua ipoteză p<0,05 în cazul a patru din cei cinci temi. Dacă avem în vedere generalitatea primului item putem considera confirmarea acestei ipoteze (Tabel 4).

6. Concluzii

Deoarece abstinența persoanelor dependente de alcool este premisa indispensabilă recuperării și reintegrării acestora, prezentul studiu este centrat pe acest aspect. Căutând o legătură între modul în care încrederea în propriile relații sociale se modifică pe parcursul reabilitării, am ajuns la următoarele concluzii:

- Cele trei categorii de persoane dependente de alcool (fără recădere – cu recădere(i) – recăzuți) nu se diferențiază între ele în ceea ce privește încrederea acestora în persoane necunoscute sau persoane din localitatea de rezidență.

- Diferențe între categoriile menționate s-a constatat după cum urmează: cei fără recădere au prezentat o încredere mai ridicată în prieteni comparativ cu cei care prezintă în istoric recădere(i); cei fără recădere au prezentat o încredere mai ridicată în vecini și rude comparativ cu foștii abstinenți; cei cu recădere au o încredere mai mare în vecini comparativ cu foștii abstinenți, cei recăzuți.

- Urmărind un prag de abstinență de 5 ani, continuu fără recădere, acei abstinenți care au depășit acest prag (de la debut sau de la ultima recădere) au prezentat o încredere mai ridicată în persoanele din localitatea de rezidență, vecini, rude și prieteni, comparativ cu acei abstinenți care dețin o perioadă mai scurtă de abstinență.

Lipsa încrederii în ceilalți este aproape întotdeauna semnul lipsei de încredere în sine. O abstinență durabilă, trainică și stabilă necesită o încredere în sine solidă. Aceasta din urmă poate conduce la îndeplinirea cu succes a propriei dorințe stabilite, a autovalorizării.

Prezentul studiu a scos în evidență, în primul rând, faptul că persoanele dependende de alcool, abstinente fără recădere, pe parcursul recuperării lor, evoluează. Aceștia ajung să-și cunoască limitele, valoarea, propriile resurse, atingând un echilibru interior care le favorizează menținerea abstinenței. În acest sens, acei abstinenți care au depășit în abstinență 5 ani continuu, fără recădere, prezintă o încredere mai ridicată în persoanele din localitatea de rezidență, vecini, rude și prieteni în comparație cu abstinenții cu recădere(i).

Totodată, în al doilea rând, s-a identificat faptul că nivelul încrederii abstinenților fără recădere comparativ cu cei care au avut recădere(i) este superior cu privire la prieteni. Aceiași abstinenți fără recădere s-au dovedit a avea un nivel crescut de încredere în vecini și rude comparativ cu foști abstinenți, recăzuți. Rezultatele au indicat și un nivel mai mare al încrederii în vecini al abstinenților cu recădere(i) comparativ cu cei recăzuți.

Așadar, în urma analizei încrederii în ceilalți – care este strâns legată de încrederea în sine – un nivel crescut al acesteia în cazul abstinenților apare în cazul celor fără recădere, ceea ce poate conduce la o abstinență de succes.

7. Limitele studiului

Una dintre limitele prezentului studiu este faptul că participanții la studiu sunt doar bărbați. Asumarea identității de alcoolic, chiar și abstinent, este un lucru delicat, iar ca autor de gen masculin a fost mult mai ușor câștigarea încrederii unor persoane de același gen.

O altă limitare este că unele dintre interviuri s-au desfășurat în medii protejate, în centre rehab-staționare cu programe de recuperare de lungă durată (6-9 luni), ceea ce e posibil să inducă anumite diferențe în răspunsuri în comparație cu cei intervievați într-un mediu mai natural. Tot o limită a prezentului studiu poate fi considerată numărul relativ redus al celor care au renunțat la abstinență fiind recăzuți respectiv investigația transversală.

Această lucrare a beneficiat de suport financiar prin proiectul „*SmartDoct – Programe de înaltă calitate pentru doctoranzii și cercetătorii postdoctorat ai Universității din Oradea pentru creșterea relevanței cercetării și inovării în contextul economiei regionale*” cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020 (MySMIS: 123008).

BIBLIOGRAPHY

Bingham, A., & Bargar, J. (1985). Children of Alcoholic Families: A Group Treatment Approach for Latency Age Children. Journal of Psychosocial Nursing and Mental Health Services. 1985;23(12):13-

Bottlender, M., & Soyka, M. (2005). Outpatient alcoholism treatment: predictors of outcome after 3 years. *Drug & Alcohol Dependence, 80*(1), 83-89.

Clemmens, M.C. (2012). *Terapia dependențelor – Abordări ale recuperării pe termen lung*. Editura VIDIA, București, pp.131-132

Dennis, M. L., Foss, M. A., & Scott, C. K. (2007). An eight-year perspective on the relationship between the duration of abstinence and other aspects of recovery. *Evaluation Review, 31*(6), 585-612.

Laudet, A. B., Savage, R., & Mahmood, D. (2002). Pathways to long-term recovery: A preliminary investigation. *Journal of Psychoactive Drugs, 34*(3), 305-311.

Lindström, M. (2005). Social capital, the miniaturization of community and high alcohol consumption: a population-based study. *Alcohol and alcoholism, 40*(6), 556-562.

Schneider, R., Lux, I., & Lux, H. (1999). *Alcoolul și medicamentele - droguri?* Sibiu: Hora.

Sobell, L. C., Ellingstad, T. P., & Sobell, M. B. (2000). Natural recovery from alcohol and drug problems: Methodological review of the research with suggestions for future directions. *Addiction*, *95*(5), 749-764.

Dicționarul explicativ al limbii române, ediția a II-a. (1998). Academia Română, Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan”, Editura Univers Enciclopedic. 25

https://www.alcooliciianonimi.ro/index.php/parteneri/other-components/si-totusi-ce-este-de-facut accesat la data de 21.10.2019

https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/Educatia%20intre%20increderea%20in%20sine%20si%20increderea%20in%20ceilalti.pdf accesat la data de 20.11.2019

DEVELOPMENTS AND TRENDS IN MEDIA COMMUNICATION. MEDIA CONSUMPTION IN ROMANIA

Eugen-Adrian Cojocariu
PhD Student, "Babeș-Bolyai" University of Cluj-Napoca

Abstract: The objective of the paper is to find out the main developments and trends in media communication in the era of digital radio, online platforms, Artificial Intelligence and disinformation. A special focus was put on these trends in Romania, in correlation with the media consumption in the country. Radio consumption is slowly decreasing, but remains solid, according to the European Broadcasting Union's "Audience Trends: Radio 2019". The switch from analogue to digital, the development of the online platforms blurred the boundaries between traditional media. The control of content distribution is no longer in the hands of classical distribution services. Media communication has changed. Is radio a new medium in the online era? Which are the fundamentals of media communication? But of radio communication? Which are the trends and developments in media communication? How does media consumption in Romania look like? The paper tried to indicate answers.

Keywords: media communication, media consumption, radio, developments, trends

Definition of the main problem/research question

The objective of the paper is to find out which are the main developments in media communication in the era of digital radio, online platforms, Artificial Intelligence and disinformation. The study will summarize the most important trends in communication to and with the public, with focus on Europe, taking into account the influence of mass-media on forging and changing human behaviors. A special focus will be put on these trends in Romania, in correlation with media consumption in the country.

Significance of the problem, expected benefits, methodology

From a scientific point of view, the work will research the main developments in media communication, with a focus on radio consumption and developments in a fast changing media environment. The study could be useful for scholars and students as a reference for academic studies in journalism and communication. We will use the bibliographic research and the observation methods.

The general objectives of the research

The research questions we have focused on: Which are the fundamentals of media communication? How communicate mass-media their messages to the public? Which are the main characteristics of the audiovisual communication? But of radio communication? Which are the trends and developments in media communication? Which are the effects of the digital era, in terms of communicational behaviors of people? Which are the trends of media consumption in Romania?

Fundamentals of media communication

According to Merriam-Webster dictionary, communication is "a process by which information is exchanged between individuals through a common system of symbols, signs, or behavior"[1]. There is not a single definition of the term. Communication Sciences developed during decades based on more communication models and forms studied by scientists and scholars. According to Rus (2002)[2] and Petcu *et al.* (2014)[3], the most important communication models are: Harold Lasswell's linear model (1948), Claude Elwood Shannon's linear model, completed by Weaver (1949), Meyer-Eppler's model (1963), the circular model (HUB) of Ray Hiebert, Donald Ungurait and Thomas Bohn (1974), the interactive model of communication (elaborated after 1990), the two-steps flow communication model (based on the 1948 research done by Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson and Hazel Gaudet), Wilbur Schramm's model, Abraham Moles' model, as well as Newcomb (1953), Osgood and Schramm (1954), Gerbner (1956), Dance (1967) models. Variuos types of communication were defined: "bio inspired", corporative, mass, external, facial, generalized, integrated, intercultural, internal, interpersonal, crisis, nonverbal, paradoxical, paraverbal, symbolic, social, visual. As for the forms of communication, one can enumerate: verbal, non verbal, interpersonal, intrapersonal, group communication, mediated (publicized) communication, the so-called mass communication, Aesopian, political and electoral, business communication (inter- and intra-system), public, advertising communication, educational, communication of civil society organizations, paradoxical, international communication.

[1] *Merriam-Webster dictionary*, https://www.merriam-webster.com/dictionary/communication [accessed 02.04.2019].
[2] Rus, Flaviu Călin, *Introducere în ştiinţa comunicării şi a relaţiilor publice*, Institutul European, Iaşi, 2002.
[3] Petcu, Marian (coordonator), *Dicționar enciclopedic de comunicare și termeni asociați*, Editura C.H. Beck, București, 2014.

Radio Communication

Mediated communication is unidirectional and involves the existence of emitters broadcasting messages to several receivers, using technical devices or means of transmitting information (radio, TV, print, Internet). Louw (2001) makes the difference between the two main models (in terms of ownership), commercial and public: „Commercial radio (...) has also become industrialized, using networks for cost-cutting, and has been built around a number of standardized listening formats. (...) Public radio was developed as an alternative to the commercial model, but it was still a corporatized and industrialized production of communication"[4]. The communication systems became mass-communication systems and started to set the public agenda. A third way emerged though, community media. More recently, Hochscherf *et al* (2019) have researched the radio beyond boundaries: „We acknowledge the role of radio to establish links across legal, geographical, social and political boundaries. Yet, the themed issue also looks at radio as a means of propaganda and public diplomacy spreading messages to listeners in other countries both at times of war and peace. Cross-cultural encounters via radio, thus, can be both a means of transcultural understanding and diplomatic discourse as well as a means of differentiation and mass persuasion following a partisan agenda."[5] They speak about the role of i.e. Radio Free Europe, BBC World Service, Deutsche Welle, seen as „state-sponsored radio programmes linked to attempts to use the medium as a support for diasporic audiences or a means of persuasion, information policy and propaganda in peace and wartime"[6] Boyd (2001) thinks that radio-based audiovisual writing needs to be in conversational language and to tell a story, to make the only chance to be heard by the audience: "The secret of communicating with the audience, however wide, is to write and speak as if you were talking to one person, and it is helpful for that person to be someone you know or like rather than the greatest enemy yours or your boss"[7].

[4] Louw, Eric, *The Media and Cultural Production*, London, SAGE Publications Ltd., 2001, p. 38.
[5] Hochscherf, Tobias; Legay, Richard; Wagner, Hedwig, *Radio Beyond Boundaries: An Introduction*, Historical Journal of Film, Radio and Television, 2019, Vol. 39, No. 3, p. 433, https://doi.org/10.1080/01439685.2019.164796 [accessed 03.11.2019].
[6] *Ibidem*, p. 433
[7] Boyd, Andrew, *Broadcast Journalism. Techniques of Radio and Television News*, Fifth Edition, Focal News, Oxford, 2001, p. 58.

Developments and Trends in Media Communication

Radio, as a medium, has many advantages: mobility, free of charge, non exclusive, instant. But in the wake of the social media explosion, the quality media sharply declined worldwide. New phenomena and terms appeared: misinformation, disinformation, tabloidization, fake news. The switch from analogue to digital, the development of the online platforms blurred the boundaries between traditional media. The control of content distribution is no longer in the hands of classical distribution services. Media communication has changed, as well as the communicational behavior of people. Generally speaking, there are public (state) broadcasters, which have to inform, educate and entertain (with good quality products, unbiased, balanced, fair) and have to address all public groups and to give voice to all relevant societal groups; commercial (private) radio stations, which focus primarily on entertainment and music; community stations, which belong to associations and usually have niche publics. Radio consumption is slowly decreasing, but remains solid, according to the European Broadcasting Union. The daily average listening time was of 2 hours and 22 minutes in 2018 (-14 minutes in comparison with 2013). Among youth listening time stood at one hour and 26 minutes (-20 minutes than in 2013). There is a gradual decline of the weekly radio reach over the longer-term: 84.2% in 2018 (-1.7% in 5 years). For the European public media services (PSM), the weekly radio reach was of 45.3% in 2018 (-2.5% than in 2013). Among youth PSM weekly reach was 31.0% in 2018 (-2.9% in 5 years). PSMs' daily market share was 38.2% in 2018 (-1.5% than 5 years ago). Among youth, PSM daily market share stood at 21.1% (2018). "While the radio market in general is in decline, the stable performance of PSM market share suggests that PSM is better at retaining their audience than their competitors"[8], consider the authors.

Louw (2001) considers that public service broadcasters (PSB) are provided with a mechanism for blocking direct government interference in the editorial outcome and the decision making process, but the degree to which these broadcasters are really autonomous varies. According to Louw, the PSB model has the advantage of not being so much subject to the same market pressures as commercial media. This means that public broadcasters can afford quality programs. He says communication shifts from pure mass-communication to fragmented, niche-based and fragmented communication forms: „The result is communicative complexity, different from the unidimensionalism of the era of pure mass communication. However, not

[8] *Audience Trends Radio 2019*, European Broadcasting Union, July 2019, p. 5, https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/MIS/members_only/audiences/EBU-MIS-Radio_Audience_Trends_2019.pdf [accessed 10.09.2019].

everyone has access to niche (non-mass) communication."[9] Allan (2010) also considers radio „the most pervasive medium with the greatest potential for participatory communication strategies"[10], due to the low cost and accessibility, including in rural and remote areas. Demers (1994) considers that different media have a special kind of redundancy and they cannot substitute each other: „Each has a unique element - i.e., radio has immediacy, television has the power of images, and newspapers have depth of analysis that has enabled it to develop its own niche and to survive"[11]. He stresses that competition and innovation are the most important drivers for media industry. On the other hand, Allan (2010) considers that public service broadcasting journalists are generally required by law to be impartial. But, "as society becomes more fragmented, it is harder to set the parameters within which impartiality in broadcasting is exercised."[12] Albarran (2009) proposes, in turn, to give up with the traditional classification of media and "to move away from outdated labels stressing areas such as broadcasting or publishing, to focus instead on content, distribution, search and other functions which engage consumers and advertisers across multiple platforms"[13] The switch from analogue to digital, the development of the Internet and of the online platforms blurred the boundaries between traditional media. The control of the content distribution is shifts to the user, and the users are empowered to be developers of content, concluded Albarran: "In summary, the new media and communication markets evolving in the 21st century are driven by convergence, the rapid expansion of consumer reception technologies, multiple digital platforms for consumers to access entertainment and information, and expanded business models."[14] Sehl, Cornia and Nielsen (2018) studied more European public media broadcasters from the point of view of the social media news distribution strategies, in their attempt to touch younger audiences and publics usually hard to reach by the classic PSBs. They found out that there are many similarities among the public broadcasters and that the approaches can be classified in on-site strategy (aiming at getting more referrals, through social media, for the own websites), off-site strategy (native contents on social media, aiming at reaching new audiences), mixed strategy and an interaction strategy (the focus on social media is put on interaction with audience, in line with the public mission). They conclude that "public service media's social media strategies

[9] *Ibidem*, p. 65
[10] Allan, Stuart (editor), *The Routledge Companion to News and Journalism*, Routledge, New York, 2010, p. 160.
[11] Demers, David Pearce, *Structural pluralism, intermedia competition, and the growth of the corporate newspaper in the United States*, Journalism Monographs; Columbia Is. 145, (Jun 1994), p. 19, https://search.proquest.com/central/docview/215676709?accountid=8013 [accessed 14.04.2019].
[12] Allan, Stuart (editor), *The Routledge Companion to News and Journalism*, Routledge, New York, 2010, p. 612.
[13] Albarran, Alan B., *The Media and Communication industries: A 21 Century perspective*, ComHumanitas, Vol. 1. No. 1. Year 1, pp. 59-68, Revista científica de comunicación, Facultad de Comunicación de la Universidad de Los Hemisferios, Quito, Ecuador, 2009, p. 67.
[14] *Ibidem*, p. 64

cannot be seen in a vacuum, but are part of wider efforts to adapt to an increasingly digital, mobile, and social media environment. They happen in the context of a range of external challenges such as discussions around the funding, role, or autonomy of public service media."[15] The authors remind that PSBs still focus more on traditional channels (TV and radio), which bring older audiences. The academics also stressed that PSBs can adapt more difficult to new media and that they face the risk to become more dependent to the changes imposed by the platforms. Peciulis (2016) considers, by reviewing different authors, that the main characteristics of the nowadays digital era are interactivity (dialogue between communication partners, individuals or social groups), momentariness (spontaneous communicative reaction,), hyper textuality (link journalism; the information content is combined of links to sources and this satisfy the need for superficial information consumption.), and convergence (of means, of time, geographical, of roles). He added to the before mentioned terms mass (group) authorship (the information consumer could be, at the same time, a content creator) and declining physical spaces (everything is interconnected in the Internet). "The trend of demassification destroys the foundation of mass communication, it causes crises in media identity, citizen awareness, social relationships, and democracy"[16], thinks Peciulis, who also lists what he considers to be the most important effects of the digital era: new communicational behavior of people; digital democracy (which eliminates the difference between journalists and amateurs, sender and receiver); media demassification, which destroys mass communication hierarchy (the dialogue takes place in small groups of people thinking the same way); the reluctance of people to pay for information; the perception of place and time is distorted; the individuals are flooded with lots of contents of questionable value. In turn, Laor and Steinfeld (2018) consider that "The radio industry is steadily moving towards a predominantly multimedia, web-based core in a bid to meet its digital-age competitors. As part of these efforts, the structure of traditional radio finds itself in the midst of a major overhaul, geared towards offering the medium's consumers an array of new features. At present, radio offers both analogue and digital broadcasts in order to meet listeners' needs and habits"[17]. They noticed, quoting more scholars, that radio stations do not use properly the online environment: "Radio stations nowadays have come to understand

[15] Sehl, Annika; Cornia, Alessio; Nielsen, Rasmus Kleis, *Public Service News and Social Media*, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2018, p. 31, http://www.digitalnewsreport.org/publications/2018/public-service-news-and-social-media/#1-2-consolidation-of-news-accounts [accessed 18.08.2018].
[16] Peciulis, Zygintas, *Digital era: from mass media towards a mass of media*, Filosifija sociologija; Vilnius Vol. 27, Iss. 3, 2016, pp. 240-248, https://search.proquest.com/central/docview/1825570049/6E078629D9446FPQ/11?accountid=8013 [accessed 11.05.2019].
[17] Laor, Tal; Steinfeld, Nili, *From FM to FB: radio stations on Facebook*, Israel Affairs, 2018, p. 1, https://doi.org/10.1080/13537121.2018.1429544 [accessed 20.11.2019].

that if they wish to remain relevant, they must maintain a social media presence. As shown by studies, stations' use of these platforms chiefly revolves around self-promotion."[18] They quote Cordeiro (2012), who has launched the term r@dio, to stress the transformation of radio broadcasters in the online era. Laor and Steinfeld concluded that radio into the online era does not necessarily mean it is a new medium and concluded: "Traditional radio stations constantly have to adapt and meet the various challenges of the digital age. New media provides them with an additional platform by which they can undertake this task, while also learning to tap into its wide array of added values – from promoting and distributing their radiophonic products on social media to interacting with their audience online, and so on."[19]

Media Consumption in Romania

We compared the figures provided by three annual Reuters Institute Digital News Reports which include Romania (2017[20], 2018[21], 2019[22]):

Table 1 Internet penetration and news overall trust

Year	2019	Variation 2019/2018	2018	Variation 2018/2017	2017
Internet penetration	74%	+11%	63%	+7%	56%
News overall trust	35%	**-7%**	42%	+3%	39%

Sources: Reuters Institute Digital News Reports 2017, 2018, 2019

Table 2 Sources of news for the Romanian public

Sources of news	2019	Variation 2019/2018	2018	Variation 2018/2017	2017

[18] *Ibidem*, p. 5
[19] *Ibidem*, p. 16
[20] Newman, Nic; Fletcher, Richard; Levy, David A.L.; Kalogeropoulos, Antonis; Nielsen, Rasmus Kleis, *Digital News Report 2017*, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2017, pp. 88-89, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf [accessed 16.03.2019].
[21] Newman, Nic; Fletcher, Richard; Levy, David A.L.; Kalogeropoulos, Antonis; Nielsen, Rasmus Kleis, *Digital News Report 2018*, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2018, pp. 98-99, http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475 [accessed 16.03.2019].
[22] Newman, Nic; Fletcher, Richard; Levy, David A.L.; Kalogeropoulos, Antonis; Nielsen, Rasmus Kleis, *Digital News Report 2019*, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2019, pp. 104-105, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_1.pdf [accessed 16.06.2019].

TV	80%	-2%	82%	-2%	84%
Radio	-	-	42%	-	42%
Print	19%	+1%	18%	**-4%**	22%
Online (including social media)	87%	-1%	88%	-	88%
Social media	62%	**-5%**	67%	+2%	65%
Blogs	-	-	16%	**-6%**	22%

Sources: Reuters Institute Digital News Reports 2017, 2018, 2019

Table 3 Devices for news

Devices for news	2019	Variation 2019/2018	2018	Variation 2018/2017	2017
Smartphones	71%	+5%	66%	+10%	56%
Computer	64%	**-7%**	71%	-1%	72%
Tablets	15%	-3%	18%	-1%	19%

Sources: Reuters Institute Digital News Reports 2017, 2018, 2019

Table 4 Top social media and messaging

Rank	Brand	For news (2019)	For news (2018)	For news (2017)	For All (2019)
1	Facebook	68%	69%	69%	86%
2	YouTube	32%	31%	30%	78%

3	WhatsApp	23%	18%	14%	64%
4	FB Messenger	22%	18%	15%	62%
5	Twitter	-	7%	9%	17%
6	Instagram	10%	7%	-	35%
7	LinkediIn	7%	6%	-	24%

Sources: Reuters Institute Digital News Reports 2017, 2018, 2019

Findings: The Internet penetration continues steadily and the news overall trust is decreasing (table 1).

The online and TV (in slight decline) remain the most important sources of news for Romanians, followed by social media, which are in decline, too. Radio remains a solid source of news, but far behind TV and online (table 2). The smartphones have an increasing role in finding the news; meantime, the decline of the computer use continues. Tablets seem to have reached a plateau (table 3). Facebook remains „the" platform for social media and messaging, followed far behind by YouTube. WhatsApp and Facebook Messenger, instead, have a significant increase. Twitter, Instagram and LinkedIn do not appear to be really successful in Romania (table 4).

Other relevant figures for the online behaviour of Romanians (2019): 40% share news via social media/e-mail; 32% comment on news via social media/website; 10% pay for online news (-2% in comparison with 2017). The cconclusions about media consumption are: Radio Romania (public) has a „Weekly use+More than 3 days per week" of 18% (2019), against 17% (2018) and 16% (2017). Balanced coverage helped some media brands to retain their audiences (i.e. commercial news and talk Europa FM and the main public channel, Radio România Actualități), as well as strong online Romanian-owned brands. Other brands, which have offered more biased coverage in supporting or criticizing the government, have encountered a decline in declared usage, of up to 10 percentage points in 3 years: Antena 1, Antena 3, and România TV (pro-2016-2019 Social-Democrat government), and Realitatea TV (anti-government). "Declining trust in the news puts Romania at the lower end of our international survey. Increased polarization and rising political attacks on journalists are part of the

explanation. The most trusted brands try to offer the most balanced picture on politics while more partisan brands tend to rate lower in general, though not with regular users of those brands"[23], considers the author. In the same field, according to the "Eurobarometer Standard 90. Public opinion in the European Union. National Report for Romania"[24], published by the European Commission, Romanians believe that news and information that distorts reality or even are false is a danger to democracy (69%, the EU average being 76%). In addition, 72% of Romanians believe that fake news is often encountered (68% at European level) and represent a national problem (69% of Romanians, 71% at EU level). The main source of information remains television: 97% of Romanians (EU 92%) at least once a week, and more than half of Romanians use the Internet weekly (58% Romania, 78% EU). 54% use online social networks and 56% listen weekly to radio. As for the trust given to the media institutions, the television and radio enjoy the highest confidence (one in two Romanians), a share registered at the level of the EU. One in two Romanians think that national media provide reliable information, not affected by political and commercial pressures, 36% arguing that the allegation is false (down 12% compared with 2016). Social networks have been mentioned more and more as sources of information.

Case study: Radio Romania International

Radio Romania International (RRI) has the legal mission (Law no. 41/1994, republished) to promote the image of Romania, its domestic and foreign policy. An international radio station is public/state financed, broadcasts mainly for publics abroad and has two major roles: to spread the points of view of that country, thus exporting democratic values, and to promote the image of that country outside. Another increasing role is to communicate in case of emergency, disasters, wars, blocking of communications by political decision. RRI offers balanced and comprehensive programs in 13 languages, still uses shortwaves (analogue and digital). The programs can be followed on Internet (website, apps, social media), on satellite, on iTunes, on fixed and mobile phone and at selected partners. The human, financial and technical resources are scarce. The station is, though, credible and tries to keep up with the competition, using these limited resources.

[23] *Ibidem*, pp. 104-105
[24] *Eurobarometru Standard 90. Opinia publică în Uniunea Europeană. Raport național pentru România*, 2019, https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/STANDARD/surveyKy/2215 [accessed 03.05.2019].

Conclusions

The objective of the paper was to find the main developments in media communication in the era of digital radio, online platforms, AI and disinformation. The Communication Sciences developed based on more communication models and forms, elaborated by scientists and academics. Radio, as a medium, has many advantages: mobility, free of charge, non exclusive, and instant. New phenomena and terms came in the spotlight: misinformation, disinformation, tabloidization, fake news. Radio consumption is slowly decreasing, but remains solid, according to the European Broadcasting Union. The stable performance of public service media suggests that they are better at retaining their audience than the competition. The switch towards digital, the development of the online platforms blurred the boundaries between traditional media. The control of content distribution is no longer in the hands of classical distribution services. Media communication has changed, as well as the communicational behavior of people. At the same time, radio in the online era is not necessarily a new medium. In Romania the news overall trust is rather declining. Increased polarization and rising political attacks on journalists are the explanation. The most trusted brands try to offer the most balanced contents. Romanians believe that news that are false or distort reality is a danger to democracy. Most Romanians consider political information spread on social networks can not be trusted. TV and online remain the most important sources of news for Romanians. Radio Romania International, which observes very strict its role of promoting Romania abroad, offers balanced and comprehensive programmes in 13 languages, The station is credible and tries to keep up with the competion, using limited human, financial and technical resources.

Limitations and further research

The limitation of the study is that we focused on a single international radio station and we have used exclusively the literature review and the observation method. Further research has to be extended to other international broadcasters and to use other research methods, i.e. the comparison method, the interviews and the questionnaires methods. The interpretation of the results will broaden the research.

Bibliography

Albarran, Alan B., *The Media and Communication industries: A 21 Century perspective*, ComHumanitas, Vol. 1. No. 1. Year 1, pp. 59-68, Revista científica de comunicación, Facultad de Comunicación de la Universidad de Los Hemisferios, Quito, Ecuador, 2009.

Allan, Stuart (editor), *The Routledge Companion to News and Journalism*, Routledge, New York, 2010.

Audience Trends Radio 2019, European Broadcasting Union, July 2019, https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/MIS/members_only/audiences/EBU-MIS-Radio_Audience_Trends_2019.pdf [accessed 10.09.2019].

Boyd, Andrew, *Broadcast Journalism. Techniques of Radio and Television News*, Fifth Edition, Focal News, Oxford, 2001.

Demers, David Pearce, *Structural pluralism, intermedia competition, and the growth of the corporate newspaper in the United States*, Journalism Monographs; Columbia Iss. 145, (Jun 1994), https://search.proquest.com/central/docview/215676709?accountid=8013 [accessed 14.04.2019].

Eurobarometru Standard 90. Opinia publică în Uniunea Europeană. Raport național pentru România, 2019, https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/STANDARD/surveyKy/2215 [accessed 03.05.2019].

Hochscherf, Tobias; Legay, Richard; Wagner, Hedwig, *Radio Beyond Boundaries: An Introduction*, Historical Journal of Film, Radio and Television, 2019, Vol. 39, No. 3, 431–438, https://doi.org/10.1080/01439685.2019.1647969 [accessed 03.11.2019].

Laor, Tal; Steinfeld, Nili, *From FM to FB: radio stations on Facebook*, Israel Affairs, 2018, https://doi.org/10.1080/13537121.2018.1429544 [accessed 20.11.2019].

Louw, Eric, *The Media and Cultural Production*, London, SAGE Publications Ltd., 2001.

Merriam-Webster Dictionary, https://www.merriam-webster.com/dictionary/communication [accessed 02.04.2019].

Newman, Nic; Fletcher, Richard; Kalogeropoulos, Antonis; Nielsen, Rasmus Kleis, *Digital News Report 2019*, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2019, http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475 [accessed 17.06.2019].

Newman, Nic; Fletcher, Richard; Levy, David A.L.; Kalogeropoulos, Antonis; Nielsen, Rasmus Kleis, *Digital News Report 2018*, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2018,

http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475 [accessed 16.03.2019].

Newman, Nic; Fletcher, Richard; Levy, David A.L.; Kalogeropoulos, Antonis; Nielsen, Rasmus Kleis, *Digital News Report 2017*, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2017, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf [accessed 16.03.2019].

Peciulis, Zygintas, *Digital era: from mass media towards a mass of media*, Filosifija sociologija; Vilnius Vol. 27, Iss. 3, 2016, pp. 240-248, https://search.proquest.com/central/docview/1825570049/6E078629D9446FPQ/11?accountid=8013 [accessed 11.05.2019].

Petcu, Marian (coordonator), *Dicționar enciclopedic de comunicare și termeni asociați*, Editura C.H. Beck, București, 2014.

Rus, Flaviu Călin, *Introducere în ştiinţa comunicării şi a relaţiilor publice*, Institutul European, Iaşi, 2002.

Sehl, Annika; Cornia, Alessio; Nielsen, Rasmus Kleis, *Public Service News and Social Media*, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2018, http://www.digitalnewsreport.org/publications/2018/public-service-news-and-social-media/#1-2-consolidation-of-news-accounts [accessed 18.08.2018].

INTERNATIONAL RADIO BROADCASTING IN THE DIGITAL ERA - THEORETICAL CONSIDERATIONS

Eugen-Adrian Cojocariu
PhD Student, "Babeș-Bolyai" University of Cluj-Napoca

Abstract: The paper analyzed how could international broadcasters better communicate their messages in a changing journalistic environment and, at the same time, how could they better fulfill their soft power role. We have used an extensive literature review focused on communication models and forms of communication, as well as on mass-media in general and on radio industry in particular. We have also used the observation method. The main focus was on the communication models and the forms of communication used by RRI to send effectively its journalistic messages to the public.

Keywords: communication models, forms of communication, messages, radio broadcasting, digital radio

Definition of the main problem/research question

The main objective of the study was to find out, using an extensive literature review focused on communication models and forms as well as on mass-media in general and radio in particular, how could international broadcasters better communicate abroad the points of view and promote the image of their countries in a changing journalistic environment, how could these broadcasters better fulfil their soft power role. The main problem we addressed is how Radio Romania International (RRI), part of Radio Romania, public service, will succeed to communicate effectively its editorial messages to the public in a fast changing, more and more low quality and fake news oriented media landscape.

Significance of the problem, expected benefits, methodology

The work will help the top management of Radio Romania to develop the activity of Radio Romania International. The article will indicate the trends in using communication models and forms in audiovisual, with focus on international broadcasting. From a scientific point of view, the work will research, based on literature review and the observation method, how should an international broadcaster better communicate its messages to best adapt to the changing media environment. The study could be useful in studies in journalism and communication.

The general objectives of the research

We will try to find out, based on relevant academic theoretical considerations, how Radio Romania International and other international broadcasters should adapt their editorial contents to communicate the messages effectively to the public in a changing, rather worsening, media environment.

Fundamental Concepts in Communication

Some of the most important definitions of communication come from Max Weber, Abraham Moles, and Paul Watzlawick. The Communication Sciences developed based on more communication models. Rus[1] (2002) describes more models, from simple to complex ones, such as Harold Lasswell's linear model, Claude Elwood Shannon's linear model (1948), completed by Weaver, Meyer-Eppler's model (1963), the circular model of communication (1974) of Ray Hiebert, Donald Ungurait and Thomas Bohn (HUB model), the interactive model of communication (elaborated after 1990) and the two-steps flow communication model, based on the research (1948) of Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson and Hazel Gaudet. Other communication models studied in the academia are Wilbur Schramm's model and Abraham Moles' communication model. Petcu *et al*[2] (2014) define more communication types: "bio inspired", corporative, mass, external, facial, generalized, integrated, intercultural, internal, interpersonal, crisis, nonverbal, paradoxical, paraverbal, symbolic, social, visual. Communication models include, according to the mentioned authors, those of Laswell (1948), Shannon and Weaver (1949), Newcomb (1953), Osgood and Schramm (1954), Gerbner (1956), Dance (1967).[3] According to Gozzi[4] (2004) the things are not as simple as the models consider. He refers mainly to Shannon-Weaver model, considering that in most communication models the message circulates between sender and receiver, being first encoded, then transmitted through a channel and decoded. Gozzi also states that "We need to think of 'messages' as constructions which people form in interaction. They exist within people's mind. There are as many 'messages' as there are parties to a communication."[5] Rus[6] (2002) also studies and

[1] Rus, Flaviu Călin, *Introducere în ştiinţa comunicării şi a relaţiilor publice*, Institutul European, Iaşi, 2002, pp. 41-48.
[2] Petcu, Marian (coordonator), *Dicționar enciclopedic de comunicare și termeni asociați*, Editura C.H. Beck, București, 2014, pp. 107-123.
[3] *Ibidem*, pp. 326-327
[4] Gozzi, Raymond, Jr., *Where is the «message» in communication models?*, et Cetera; Concord Vol. 61, Iss. 1, April 2004, pp. 145.
[5] *Ibidem*, p. 146

explains the forms of communication: verbal, non verbal, interpersonal, intrapersonal, group, mediated (publicized), the so-called mass communication, Aesopian, political and electoral, business communication (inter- and intra-system), public communication, advertising communication, educational, civil society organizations' communication, paradoxical, international.

Media Industry

Küng[7] (2008) considers media an industry which changes fast and fundamentally. "The media industry is not a monolith, but rather a conglomeration of different industries that have the creation of mediated content as a common activity". Speaking about the public service broadcasting (PSB), Küng stresses that, even if PSB is rather declining due to increased competition, unfavorable legislation and niche channels, a PSB has a valuable differentiator from the commercial sector: it addresses audiences as citizens. According to Boyd (2001) "A free media is one that has its first responsibility not to politicians but to audience. This is known as public trust. Whether the media uses or abuses its liberty and that trust will determine the esteem in which the media is held by those it serves."[8] He also draws attention that objectivity is rather a myth, but "The journalist's responsibility is to recognize bias and compensate for it"[9]. Broadly speaking, media have information, education, culture and entertainment functions. Kunczik and Zipfel[10] enumerate media's functions: expressing opinion, producing opinion, controlling politics, controlling the education and training of individuals, political socialization, orientation of economy through advertising, creating a focused public opinion, communication between active groups (parties included). Commercial media usually entertain and public/state media have an informative role. Cagé talks about the media crisis against the backdrop of the recent global economic crisis, increased competition and, we add, the explosion of poor online information, all of them making many media to give with information in favor of infotainment and entertainment. This involution leaves more and more people without any possibility of access to true information, considers the author. She believes that information is a public good which should be protected: "The stake is to continue to produce, in all its forms, quality

[6] Rus, Flaviu Călin, *Introducere în ştiinţa comunicării şi a relaţiilor publice*, Institutul European, Iaşi, 2002, pp. 14-40.
[7] Küng, Lucy, *Strategic Management in the Media. Theory to Practice*, SAGE Publications, 2008, p. 17.
[8] Boyd, Andrew, *Broadcast Journalism. Techniques of Radio and Television News*, Fifth Edition, Focal News, Oxford, 2001, pp. 192-194.
[9] *Ibidem*, p. 200
[10] Kunczik, Michael; Zipfel, Astrid, *Introducere în ştiinţa publicisticii şi a comunicării*, Editura Presa Universitară Clujeană, 1998, p. 41

information, free, independent, accessible to a wider audience."[11] Puiu *et al* (2015) focus on the manipulation side of mass-media. They consider media the most important agent of political socialization and that mass communication tools „accomplish a mission of introduction the norms of dominating political culture to a human mind. Television and radio exert the most profound influence on political personal becoming. Besides, mass communication tools could be used for the purpose of political manipulation - implicit control over political consciousness and people's behavior."[12] They stressed on the negative side of media: „Nowadays mass media operate, transform and limit information thus becoming the main mechanism of influence in the modern society. State-of-the-art information technologies are used in order to increase the efficiency of government strategies. They help to turn the audience into an object of manipulation."[13]

Mass-media and Communication

Berry (1998) quotes Hiebert, Ungurait and Bohnert (1974), who suggest „that the various forms of communication are a series of actions or operations which are always in motion, directed toward a particular goal, and are a dynamic – not a static – process used to transfer meaning, tranmsit social values, and share experiences. Significantly, televisionas as one of those dynamic forms of coomuncation draws on the content legacy of its media cousins, such as radio, film and especially newsprint."[14] "Communication, considers Rus (2002), is the basis of all processes, interactions and human relations."[15] He privileges Weber's definition of communication, which refers to interaction and communication, and in which communication "is seen as a shift of meanings that takes place between members of the system."[16] Russ goes in the same direction with Kunczik and Zipfel (1998): "The transfer of meanings between communication partners is called the process of communication. Communication is therefore a behavior which, from the point of view of the communicator, has the purpose of transmitting

[11] Cagé, Julia, *Cum să salvăm media. Capitalism, finanţare participativă şi democraţie*, Editura Comunicare.ro, 2018, p.128.
[12] Puiu, Yulia Valerievna; Puiu, Daria Anatolevna; Sablin, Ilia Vladimirovich; Georgieva, Elena Savova; Bykov, Aleksey Yuryevich, *Conceptual Framework of Mass Media Manipulative Models Forming*, International Review of Management and Marketing, suppl. Special Issue; Mersin Vol. 5, Issue 1S, 2015. Pp.131-132.
[13] *Ibidem*, p. 131
[14] Berry, Gordon L., *Black family life on television and the socialization of the African American child: Images of marginality*, Journal of Comparative Family Studies; Calgary Vol. 29, Iss. 2, summer 1998, p. 235 https://search.proquest.com/central/docview/232584814/380A9CCD5FE54E6EPQ/4?accountid=8013 [accessed 02.04.2019].
[15] Rus, Flaviu Călin, *Introducere în ştiinţa comunicării şi a relaţiilor publice*, Institutul European, Iaşi, 2002, p. 12
[16] *Ibidem*, p. 13

messages by means of symbols to one or more persons."[17] The authors also broaden the previous definition: "The communication thus includes the interaction with symbols and unintentional transmission of information through the communicator, interpreted as informative by an observer."[18] Kunczik and Zipfel define communication with the masses as follows: "all forms of communication by which public statements are transmitted by means of transmission (media) indirectly (i.e. at a spatial, temporal or space-time distance between the communication partners) and in a unique sense (that is, without changing roles between the speaker and the receptionist) to a dispersed audience (unlike the one present on the spot). The process of communicating with the masses is not reciprocal, as is the process of communication, but communication with the masses, starting from its intention, goes to other individuals (the receptors), even if they do not direct their action."[19] Rus (2002) defines mediated communication, which is unidirectional and involves emitters broadcasting messages to several receivers, using technical devices or means of transmitting information. The feed-back of media coverage is more and more immediate due to the explosion in the online, making possible for the public to react on the spot. Rus also identifies the so-called mass communication, considered a form of mediated communication, carried out by qualified people, communication professionals, communicators, the journalists in fact. Mass communication can be objective or subjective (manipulatory). Harcup[20] (2009) believes that an active public can filter messages through its own experiences and power of understanding, sometimes reaching out to "straightforward" interpretations or even suggesting multiple meanings. More and more, the public contributes directly to creating news (user-generated content). If journalists are usually perceived as the active part of the relationship, the public it is not always passive. Thus, the public's reaction may make the journalist stop repeating an error, but when the reaction is too violent the journalist may prefer not to address controversial issues that trigger exacerbated reactions, considers Harcup. Crane (1992) believes that "the public for the media can not be fully understood from the point of view of the social class. Media productions are mainly geared towards specific segments of the middle class, defined by age, gender and lifestyle."[21] She also believes that public interests are changing and developing, which makes media lose a great part of public, if it does not adapt rapidly. Dominick shows that radio is selective,

[17] Kunczik, Michael; Zipfel, Astrid, *Introducere în ştiinţa publicisticii şi a comunicării*, Editura Presa Universitară Clujeană, 1998, p. 14
[18] *Ibidem*, p. 15
[19] *Ibidem*, p. 27
[20] Harcup, Tony, *Jurnalism – Principii şi practică*, Editura Comunicare.ro, Bucureşti, 2016.
[21] Crane, Diana, *The Production of Culture: Media and the Urban Arts*, London, SAGE Publications, Inc. 1992, p. 47.

meaning it adopts a specific format to attract a certain audience. The format, "a consistent type of programming meant to address a particular segment of the audience,"[22] is the main criterion for classifying radios. Joanescu[23] (1999) warns that radio can address millions of people at once, but each listener perceives the message individually. That is why the message must be intelligible to every receiver, easy to follow by the human ear, and interesting for receptors. The major challenge is that radio has only one chance that listeners understand the message. Van Cuilenburg, Scholten and Noomen (1998) use a similar definition of mass communication. They draw attention, quoting Stappers (1966), that any mass communication has a public character, and intends to be accessible to all. The authors also remember that the emitter of a message has the intention of getting an effect on the receiver and the effect of communication includes "a set of processes and consequences that involve receiving messages, processes, and consequences that can only be attributed to the act of communication."[24] The three authors also speak of media efficacy, always subunitary, because communication usually reaches a smaller audience than expected, the public does not receive all the messages, and the response to messages is different. They summarize a list of reasons for media consumption: information, social prestige, recreation, occupation, ritual, safety, emulation, social contact, instrument. Quoting McQuail (1987), Van Cuilenburg, Scholten and Noomen identify 4 major causes of media consumption: information, building personal identity, integration and social interaction, entertainment. Castells (2015) calls radio "the 20th Century Mass Communication means most adaptable to the daily program of the listeners and their place."[25] He concludes that "Digitization of communication has triggered the spread of a technologically integrated media system where products and processes are developed on different platforms that support a wide variety forms of expression and content in the same global/local communication network."[26] Interpersonal, mass and mass-media communication "coexist, interact and are complementary", Castells says. He calls mass-communication a new form of communication that emerged with the development of the Internet, "characterized by the ability to transmit messages from more to more, in real time or in the chosen moment and with the ability to use communication from an individual (point-to-point), narrowcasting, or broadcaster, depending on the purpose and

[22] Dominick, Joseph R., *Ipostazele comunicării de masă. Media în era digitală*, Editura Comunicare.ro, București, 2009, p. 183.
[23] Joanescu, Irene, *Radioul modern. Tratarea informației și principalele genuri informative*, Editura All Educațional, București, 1999.
[24] *Ibidem*, p. 206
[25] Castells, Manuel, *Comunicare şi putere*, Editura Comunicare.ro, București, 2015, p. 61.
[26] *Ibidem*, pp. 72-73

characteristics of the proposed communication practice"[27]. For example, a movie on YouTube can reach a lot of people, but the production of the message and the choice of the recipients is done personally, and the reception of messages is made by recipient's personal decision. Miège[28] (2000) speaks of a new model of communication, based on the development of communication techniques/technologies. It would be based on accelerating interactive procedures through network communication devices, media coverage of social exchanges, recourse to more and more mediators, computerization of data that can partially eliminate direct interactions, individualization of practices in the field of work, transformation of data exchanged into commodities. Colombo (2004) considers that "an increased focus on the interactive aspects of communication leads to the replacement of traditional linear models with more complex models implying a redefining of the concept of communication, as, for example, the dialogical models and the discursive approach."[29] DeFleur and Ball-Rokeach (1999) consider there are three crucial questions about the influence of mass communication: Which is the impact of the society on media? How takes place mass-communication? Which is the impact of mass-communication on individuals? The authors have found out that the majority of specialists and researchers focused more on the third question[30]. They talk about mass communications and estimate that "the real significance of mass communications does not lie in the immediate effects on members of the public, but in their indirect, subtle and long-term influences on human culture and organization social life"[31]. The authors have also elaborated on the theory of addiction to media system, considering that the power of media consist in controlling the information sources. The addiction to media systems increases if individuals are isolated and without group links. They concluded: „In summary, the media are understood to be a system that controls scarce and valuable resources that give rise to interdependence relationships with other systems, relationships that produce co-operation motivated by a common interest, a conflict that is explained by personal interests, and change to more symmetry or asymmetry of addiction."[32] Lorimer (2002) considers mass communication as „communication on a large or mass scale, in other words, a lot of messages being encoded, sent,

[27] *Ibidem*, p. 55
[28] Miège, Bernard, *Societatea cucerită de comunicare*, Editura Polirom, Iaşi, 2000, pp. 124-125.
[29] Colombo, Monica, *Theoretical Perspectives in Media-Communication Research: From Linear to Discursive Models*, Forum Qualitative Sozialforschung/ Forum: Qualitative Social Research, 5 (2), Art. 26, Berlin, 2004, p.1. http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0402261 [accessed 10.05.2019].
[30] DeFleur, Melvin L.; Ball-Rokeach, Sandra, *Teorii ale comunicării de masă*, Editura Polirom, Iaşi, 1999, p.40.
[31] *Ibidem*, p. 205
[32] *Ibidem*, p. 317

and decoded."[33] He considers mass communication to be „state- and interstate-organized transmission of intelligence". Lorimer offers a definition of mass-media: „the sometimes state-regulated, corporately financed, and industrially organized institutions of information and entertainment dissemination such as newspapers, magazines, cinema, television, radio, advertising, book publishing, music publishing, recording and performance, and all interactive media that are engaged in providing entertainment and information to large, unknown audiences for both private and public consumption" and which include „centralized dissemination, decentralized dissemination, and provision for interaction on a mass scale"[34]. More recently Șuțu[35] (2016) has studied media convergence, which means to combine professions, technology and new practices in the newsroom, facilitated by digitalization. The author considers convergence is also a tool fragmented audiences and transforms passive consumers of media contents into active audience. On the other hand, Perloff (2014) considers that "Mass communication research is at a crossroads. The infusion of new media has ushered in definitional complexities, resulting in the development of more porous borders among mass, interpersonal, and mediated communication, and requiring clarity of conceptual definitions. New media, particularly blogs, social media, and galloping mobile phone technologies, are changing media use patterns and reshaping the arc of effects."[36] He considers that in the era of social media, the borders between mass communication and interpersonal communication have become blurred.

Radio Industry

Radio is able to reach audience instantly, without any cost, and is an accompanying medium. Crane (1992) pointed out that, until the TV took over, radio could afford to be rather generalist, serving big audiences with the same product, including music. Since than, radio was forced to find niches: „Radio broadcasting became increasingly fragmented into narrow demographic

[33] Lorimer, Rowland; *Mass communication: some redefinitional notes*, Canadian Journal of Communication; Toronto Vol. 27, Iss. 1, (2002), pp. 63-72. https://search.proquest.com/central/docview/219607839/6E078629D9446FPQ/6?accountid=8013 [accessed 02.04.2019]

[34] *Ibidem*, p. 68

[35] Șuțu, Rodica Melinda, *Digital Communication versus Traditional Tools. Theoretical Trends in the Study of the New Technologies in Journalism*, Styles Communication, Vol. 8, no. 1/2016, Editura Universității din București, 2016, pp. 55-56, https://editura-unibuc.ro/wp-content/uploads/woocommerce_uploads/2016/12/NR%201%20FINAL%20SITE.pdf [accessed 11.05.2019].

[36] Perloff, Richard M., *Mass Communication Research at the Crossroads: Definitional Issues and Theoretical Directions for Mass and Political Communication Scholarship in an Age of Online Media*, Mass Communication and Society, 2015, pp. 20-21, http://dx.doi.org/10.1080/15205436.2014.946997 [accessed 18.11.2019].

segments."[37] According to DeFleur and Ball-Rokeach, „today's broadcasting is the result of a long-lasting evolutionary process that includes an almost incredible number of technological innovations, scientific breakthroughs and new social and economic forms"[38]. They are in line with Mytton *et al* (2016): „Radio and television are 20th century phenomena. So also are the Internet, mobile phones and digital revolution that emerged in the last quarter of the century. (...) Digitisation has not only brought us mew media but has transformed all the existing media"[39]. On the other hand, the European broadcasters have their own self-regulatory framework, in order to deliver correct, fair, objective, accurate and balanced contents, according to Capello *et al* (2018-1). They consider that the regulatory/self-regulatory mechanisms „play a vital role in providing redress to viewers, readers and subscribers, and to ensure the public's continued trust in media reporting of news and current affairs"[40]. Capello *et al* quote the Resolution 2212 (2018) on the protection of editorial integrity of the Parliamentary Assembly of the Council of Europe, which „reiterates that media professionals are accountable to the public, and should maintain high editorial standards and adopt codes of conduct that promote essential ethical principles, such as truth and accuracy, independence, fairness and impartiality, humanity and accountability"[41]. If the linear media (radio, TV) are fully covered by the EU/national legislation, this is not the case for the online contents. The EU and the Member States are doing efforts to rule in this respect, due to the fact that fake news, disinformation and the unlawful contents had a boom in areas such as protection of minors, and observance of democracy and social ethics. According to Capello *et al* (2018-2), an extensive exchange of information is needed among the supervisory authorities and the regulatory bodies, because „the enforcement of the law on the Internet is posing new quantitative and qualitative challenges for media regulators in European states and is becoming a subject that is testing the ability to carry out supervision under the conditions of digitisation and globalisation."[42] Capello *et al* (2017) stressed that journalists' work is protected in many EU countries by special privileges. However, they consider "attacks on press and broadcasting freedoms by states or traditional media companies with dominant market position are not the only factors that threaten the

[37] Crane, Diana, *The Production of Culture: Media and the Urban Arts*, London, SAGE Publications, Inc. 1992, p. 43.
[38] DeFleur, Melvin L.; Ball-Rokeach, Sandra, *Teorii ale comunicării de masă*, Editura Polirom, Iași, 1999, p. 95.
[39] Mytton, Graham; Diem, Peter; van Dam, Piet Hein, *Media audience Research, A Guide for Professionals*, 3rd edition, SAGE Publications, London, 2016, p. 1.
[40] Capello, Maja (editor), *Media reporting: facts, nothing but facts?* IRIS Special, European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2018, p. 140, https://rm.coe.int/media-reporting-facts-nothing-but-facts/16808e3cda [accessed 04.05.2019].
[41] *Ibidem*, pp. 139-140
[42] Capello, Maja (editor), *Media law enforcement without frontiers*, IRIS Special, European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2018, p. 106.

effectiveness of media privileges. Technological advances are also creating a need to adapt existing safeguarding tools for free media to new challenges. The use of artificial intelligence (AI) has a special role to play."[43] Capello *et al* consider that AI would have in the long run a negative impact on the role and status of journalism. They stress that it becomes unclear who should benefit from the media privilege in an era when "new forms of journalism have emerged that are no longer based on the work of professionally organized publishing houses, but that are capable, with little (technical and financial) expense, of achieving a similar or greater reach than traditional media content."[44] Sehl, Cornia and Nielsen (2018) studied more European public media broadcasters (PSBs) with regard to social media news distribution strategies and concluded that the public services focus more on TV and radio, which is an obstacle in reaching younger. They consider that PSBs can adapt more difficult to digital media and platforms: "The strategic question for public service media is how they can seize the opportunities offered by digital media broadly and social media specifically without becoming unduly dependent on the platforms companies they increasingly rely on to reach their online audiences".[45] Peciulis (2016) considers that the main characteristics of the digital era are interactivity, momentariness, hyper textuality, convergence, group authorship, declining physical spaces, and mobility. He considers the most important effects of the digital era are: a new communicational behavior of people, digital democracy, media demassification, reluctance to pay for information; distorted perception of place and time; lots of low quality contents which invade the individuals.

Case study: Radio Romania International

Radio Romania International (RRI) has the legal mission to promote Romania's image. Using the bibliographic research and the observation methods we have identified that more communication models can be applied at RRI: Lasswell's linear model; the circular (HUB) model of communication; the interactive model of communication; the two-steps flow communication model; Gerbner's communication model; Newcomb's communication model; Moles' communication model. We have also identified the forms of communication used at RRI: verbal, mediated (publicized) communication (the so-called mass communication),

[43] Capello, Maja (editor), *Journalism and media privilege*, IRIS Special, European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2017, p. 104, https://rm.coe.int/journalism-and-media-privilege-pdf/1680787381 [accessed 04.05.2019].
[44] *Ibidem*, p. 105
[45] *Ibidem*, p. 31

political and electoral, public communication, educational, intercultural, social, even visual (on website and social media).

Conclusions

The main objective of the study was to find out, using an extensive literature, how could international broadcasters better communicate abroad the points of view and promote the image of their countries in a changing journalistic environment, how could these broadcasters better fulfill their soft power role. The main problem we addressed is how Radio Romania International will succeed to communicate effectively its editorial messages to the public in a fast changing, more and more low quality and fake news oriented media landscape. There are at least 10 communication models and around 20 forms of communication accepted by academia. On the other hand media is an industry which changes fast and fundamentally. Speaking about the public service broadcasting (PSB), the scholars stress that, even if the PSB is rather declining due to increased competition, unfavorable legislation and niche channels, a PSB has a valuable differentiator from the commercial sector: it addresses audiences as citizens. PSBs still focus more on traditional channels (TV, radio), which bring older audience. We have included in the work studies and books of around 35 academics, researchers, journalists worldwide. The literature review focused on fundamental concepts in communication, media industry, mass-media and communication, radio industry, the impact of online development, of digital radio. We have also studied some European provisions which protect the activity of mass-media, as well as the self-regulatory framework which helps journalists to deliver good quality contents.

Limitations and further research

The limitation of the study is that we focused on a single international radio station and we have used exclusively the literature review and the observation method. Further research has to be extended to other international broadcasters and to use the comparison method as well as the interviews method.

Bibliography

Berry, Gordon L., *Black family life on television and the socialization of the African American child: Images of marginality*, Journal of Comparative Family Studies; Calgary Vol. 29, Iss. 2, (Summer 1998): pp. 233-242, https://search.proquest.com/central/docview/232584814/380A9CCD5FE54E6EPQ/4?accountid=8013 [accessed 02.04.2019].

Boyd, Andrew, *Broadcast Journalism. Techniques of Radio and Television News*, Fifth Edition, Focal News, Oxford, 2001.

Cagé, Julia, *Cum să salvăm media. Capitalism, finanţare participativă şi democraţie,* Editura Comunicare.ro, 2018.

Capello, Maja (editor), *Journalism and media privilege*, IRIS Special, European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2017, https://rm.coe.int/journalism-and-media-privilege-pdf/1680787381 [accessed 04.05.2019].

Capello, Maja (editor), *Media reporting: facts, nothing but facts?*, IRIS Special, European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2018, https://rm.coe.int/media-reporting-facts-nothing-but-facts/16808e3cda [accessed 04.05.2019].

Capello, Maja (editor), *Media law enforcement without frontiers*, IRIS Special, European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2018.
https://rm.coe.int/media-law-enforcement-without-frontiers/1680907efe [accessed 04.05.2019].

Castells, Manuel, *Comunicare şi putere*, Editura Comunicare.ro, Bucureşti, 2015.

Colombo, Monica, *Theoretical Perspectives in Media-Communication Research: From Linear to Discursive Models*, Forum Qualitative Sozialforschung/ Forum: Qualitative Social Research, 5 (2), Art. 26, Berlin, 2004, http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0402261 [accessed 10.05.2019].

Crane, Diana, *The Production of Culture: Media and the Urban Arts*, London, SAGE Publications, Inc. 1992.

DeFleur, Melvin L.; Ball-Rokeach, Sandra, *Teorii ale comunicării de masă*, Editura Polirom, Iaşi, 1999.

Gozzi, Raymond, Jr., *Where is the «message» in communication models?*, et Cetera; Concord Vol. 61, Iss. 1, April 2004, pp. 145-146, https://search.proquest.com/central/docview/204263146/C9A95B5AEE4241E2PQ/1?accountid=8013 [accessed 04.05.2019].

Harcup, Tony, *Journalism: Principles and Practice*, Second edition, SAGE, London, 2009.

Joanescu, Irene, *Radioul modern. Tratarea informației și principalele genuri informative*, Editura All Educațional, București, 1999.

Kunczik, Michael; Zipfel, Astrid, *Introducere în ştiinţa publicisticii şi a comunicării*, Editura Presa Universitară Clujeană, 1998.

Küng, Lucy, *Strategic Management in the Media. Theory to Practice*, SAGE Publications, 2008.

Lorimer, Rowland; *Mass communication: some redefinitional notes*, Canadian Journal of Communication; Toronto Vol. 27, Iss. 1, (2002), pp. 63-72, https://search.proquest.com/central/docview/219607839/6E078629D9446FPQ/6?accountid=8013 [accessed 02.04.2019].

Miège, Bernard, *Societatea cucerită de comunicare*, Editura Polirom, Iași, 2000.

Mytton, Graham; Diem, Peter; van Dam, Piet Hein, *Media audience Research, A Guide for Professionals*, 3rd edition, SAGE Publications, London, 2016.

Peciulis, Zygintas, *Digital era: from mass media towards a mass of media*, Filosifija sociologija; Vilnius Vol. 27, Iss. 3, 2016, pp. 240-248, https://search.proquest.com/central/docview/1825570049/6E078629D9446FPQ/11?accountid=8013 [accessed 11.05.2019].

Perloff, Richard M., *Mass Communication Research at the Crossroads: Definitional Issues and Theoretical Directions for Mass and Political Communication Scholarship in an Age of Online Media*, Mass Communication and Society, 2015, http://dx.doi.org/10.1080/15205436.2014.946997 [accessed 18.11.2019].

Petcu, Marian (cooroinator), *Dicționar enciclopedic de comunicare și termeni asociați*, Editura C.H. Beck, București, 2014.

Puiu, Yulia Valerievna; Puiu, Daria Anatolevna; Sablin, Ilia Vladimirovich; Georgieva, Elena Savova; Bykov, Aleksey Yuryevich, *Conceptual Framework of Mass Media Manipulative Models Forming*, International Review of Management and Marketing, suppl. Special Issue; Mersin Vol. 5, Issue 1S, (2015), https://search.proquest.com/central/docview/1753612872/6E078629D9446FPQ/15?accountid=8013 [accessed 13.04.2019].

Rus, Flaviu Călin, *Introducere în ştiinţa comunicării şi a relaţiilor publice*, Institutul European, Iaşi, 2002.

Sehl, Annika; Cornia, Alessio; Nielsen, Rasmus Kleis, *Public Service News and Social Media*, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2018,

http://www.digitalnewsreport.org/publications/2018/public-service-news-and-social-media/#1-2-consolidation-of-news-accounts [accessed 18.08.2018].

Şuțu, Rodica Melinda, *Digital Communication versus Traditional Tools. Theoretical Trends in the Study of the New Technologies in Journalism*, Styles Communication, Vol. 8, no. 1/2016, Editura Universității din București, 2016, https://editura-unibuc.ro/wp-content/uploads/woocommerce_uploads/2016/12/NR%201%20FINAL%20SITE.pdf [accessed 11.05.2019].

Van Cuilenburg, J.J.; Scholten, O.; Noomen, G.W., *Știința comunicării*, Editura Humanitas, București, 1998.

THE MEANINGS OF CULTURAL BRANDS. CASE STUDY-THE ROMANIAN THEATRE

Roxana-Simona Poclid
PhD Student, "Al. Ioan Cuza" University of Iaşi

Abstract: When we say Romanian theatres and "cultural brands", we may have in mind some useful meanings about their role in society. If we admit that Romanian theatres have a core importance in the cultural framework, a short analysis of the process of their branding can bring some interesting details about the position of theatres on "the market". What is a theater from the point of view of branding? And what are the most important differences between a normal brand and a cultural one? According to the literature, a brand communicates with its public through words (conceptual & verbal identity), images (visual identity) and, in a holistic view of brands, even a theater can stimulate all the human senses. Some examples of Romanian theatres will show how complex the construction of a cultural brand is, when it is not only about to sell just a product (like a shirt or a bottle of wine), but also an idea. A cultural brand lives and dies on a cultural market, with some specific features that shapes the ways in which communication is made. It is not only literature that influences the theater. It is also important to take into account the social and political life. And because a theater remains, in some ways, an imitation or a mirror of reality, the theatres have not only a cultural role, but also a social and political one. In this context, a theater is a cultural brand that shapes not only the idea of entertainment, but also the concept of social or political responsibility.

Keywords: Branding, cultural brand, theater, identity, political responsibility, Romanian theatres.

What is a Cultural Brand?

The term of "brand" is very familiar nowadays. It is possible that most of people will know how to answer the question "What is a brand?", even if they are not working or study in the field of communication/advertising. They will say that a brand is a product, a company, an institution or a public person. They would not be wrong. But, when everyone claims knowing what a brand is, on a less powerful market, various mistakes can be made in the process of branding. In literature, for example, "branding is the means by which a company creates a compelling consumer experience that differentiates the company's offerings from the competition, generates sales, and/or creates an emotional bond with customers." (Mathieson 2005, 22).

Actually, a brand can be one of these, a product, a company, an institution or a public person. This is the *outer expression* of any brand. From the inside, the signification of a brand translates as an image, an icon, an experience or even a story that means something specific for costumers. So, the brands have an identity that is recognizable, and starting with it, they live on a market. A country is a brand. Rolex, Apple, Amazon are also brands. Germany is associated with quality, Rolex with precision and luxury, Apple with innovation and Amazon probably, in a non-academic expression, is the brand that *gives what you want*.

But what is a cultural brand? More exactly, for our purpose, what is a theatre from the branding point of view? A theatre is a building, often an imposing one, with rooms, a wardrobe, curtain, red chairs, in many cases, and a scene. But theatre is also a *place* where a public and actors are gathering to *taste art*. Theatre is an image of an actor or many actors, of a director or an author. Theatre is the most vivid form of the concept, often founded in branding, *the experience of customer meeting the brand*. Grotowski himself said that the theatre is an immediate meeting between actors and public (Grotowski 2014). Every theatre can be one of these or all. But what is any theater in the customer eyes? This is the job of branding.

1. The Core Identity of Theatre

Before knowing or deciding about what a theatre has to be in the customer eyes, we have to try understand which its core identity is. The identity has to come from the institution; it is his essence and potential meanings for consumers, developed in each act of communication (Schroeder; Mörling 2006, 119). From the outside, each Romanian theatre can be defined like an institution (an independent one or sponsored by Ministry of Culture). Its cultural character it's sustained by the art of acting and the stage craft (in other words, *translating* dramaturgy in plays). The theatre is based on literature (its cultural character) and through acting (the result of actors and director work) become a specific form of art. In order to define the theatre, we must pay attention to its constituent elements: dramatic authors, actors, directors, scenographers.

The dramatic authors offer a primordial interpretation for world, through subjective truths. For example, the Russian author, Anton Chekhov, offers through his plays a specific interpretation, which distinguishes him among the other authors. In collaboration with Stanislavski, he created a theatre based not on the power of dramatic sequence, but on the interior life of characters. In one of his play, *The Cherry Orchard*, the main character, Madame Lyubov Andreievna Ranevskaya, a woman who lost her son, her youth and it is about to lose the last thing important of her past life, *the cherry orchard* (not only a place, but also a metaphor of pureness and the victory of the human being fighting with the existence and the social evolution of society, not always something good for individuals) is presented through the scene like a symbol of the fallen aristocratic world. The play it is not based on tragic scenes and the spectator has to *feel* the inland world of Madame Lyubov Andreievna Ranevskaya; her sadness and her incapacity to regain the most important things that she had in life.

The director also is offering a specific interpretation to a play and, with actors help, transform it in "theatre". For example, Jerzy Grotowski, invented a *poor* form of theatre; he believed that theatre has to be free, to not represent the life how it is and to use only the necessary. In his theatre, the gestures are much more important than the scenery and the actor and his feeling through acting a role, a fictive character, are essential. Because the work of dramatic authors and directors is shaped by some idea(l)s and remains recognizable in front of people, we say that they are brands. Chekhov, Stanislavski, Grotowski are brands. They are a cultural brand, even, in literature and cultural world, in general, the term brand it is not used like in communication. They are described through some core ideas, themes or influences in the others work, known through the affiliation with a cultural current (naturalism, realism and so on).

The customer sees only the "final product", even theatre is shaped by critics, influenced by literature, political or social issues that parasitize the authors work. Beneath this surface, "the final product" of a theatre has to contain a directorial technique, assembling the elements of author's primordial interpretation and express a specific idea – his essence.

Theatres like *Laboratorium*, *MHAT* (Moscow Art Theatre), Berliner Ensemble have an identity. Directors like Grotowski, Stanislavski, Helene Weigel and authors like Bertolt Brecht, shaped the idea of "making theatre". For Grotowski the theatre is a ritual, the most important and specific experience through acting (Grotowski 2014). Even the modern society offered the cinematography and the unlimited possibilities of the internet, the theatre has to retain its specificity. Stanislavski has done the work of a director and actor alike, and his collaboration with Anton Chekhov and Nemirović-Dančenko gave the theatre a lesson (Banu 2013). Plays like *The Cherry Orchard* and *The Seagull* are known like the best part of Stanislavski work. His *psychotechnique*, seized by the entire world of theatre and then disputed by Meyerhold, showed how a role can be played through personal experience and feelings of actors. From the Brechtian theatre, we've learned that theatre can became a weapon and the art can be *impure* by bringing out on the scene the social or political issues.

We see that a theatre has a cultural ideology; a specific characteristic capable to distinguish a theatre from another. In order to discuss the identity of a theatre, we have, at least, these distinctive levels:

a). the typology of the play: tragedies, dramas, monodramas, comedies etc.

b) the most representative directorial technique adopted by the theatre;

c). the distinct nature of the theatre: experimental theatre, theatre for children, pantomime, *happening* and *classical* theatre.

2. The Theatrical Identity Through Branding

If we admit that a theatre is a cultural institution, it can became a cultural brand. When I use the term "brand", I don't refer only to a "trade mark". If we intend to present the identity of a theatre, we have to discuss two aspects. First of all, we need to see what a theatre is trying to offer/sell to the customers (the distinct idea/product/experience) and in which ways communicates its specificity. Secondly, we have to analyze the corporate identity that can be considered the *outer face* of the brand specificity. In order to understand the importance of corporate identity, let's review some important points of view about the concept.

One of the most widespread concept through scholars is the *corporate visual identity* (CVI) "consists of a name, a symbol or/and a logo, typography, color, slogan and – very often – additional graphical elements", correlated with the *visibility*, *distinctiveness*, *authenticity*, *transparency* and *consistency* of the brand (Bosch; Jong; Elvin, 2005).

But, when we referring to name and slogan, they are not only "visual", by having and an audible character (Bartholmé; Melewar 2010, 55). For more consistency, I will integrate in my resolution those elements of corporate identity that are targeting the smelling, hearing, touching and tasting (Bartholmé; Melewar 2010, 56). It's important to see what roles plays the *architecture*, the *scent* and *fragrance* (if we can talk about those in theatre), *sound* (very often used in ads and in the plays), all integrated in the concept of "corporate sensory identity" (Bartholmé; Melewar 2010, 58-59).

It is a common mistake, especially in Romania, to consider that we have a brand if it exists a name (a trade mark), an online site/store and a logo. My opinion it is that in case of cultural institution we cannot consider it a cultural brand if we have good sales. For example, fully booked theater plays cannot be always seen like a symptom of a strong brand; it can be a case when the popularity of actors, director and the dramatic author himself plays an important role, not the brand himself. Of course, we cannot totally separate the brands of actors, directors, authors, from the brand of the theatre. But, in the Romanian context, where a director put his plays on different stages from the country, something from the idea of authenticity is lost. We do not have many theatres with a specific vision and a cluster of elements that can be found only in our theatre. To make more clearly these final opinions, let's think about the National Theatre from Iași, "Vasile Alecsandri" who hosted several plays of the director Radu Afrim. Radu Afrim is one of the most and appreciated stage directors from Romania, with plays that offers new perspectives for theatre. If its plays are tomorrow (hypothetically spoken) removed from the repertoire of the brand ,,Vasile Alecsandri" theatre, it will be affected, because he loses something important that describes, even for few spectators, his essence.

If the brand has not something to offer, something sure and unique, it is hard not only to survive with the sponsorships, but to be always forced to transfer its identity to external factors. If from tomorrow ((hypothetically spoken, again) we'll know that "Vasile Alecsandri" theatre is a cultural brand that offers only plays of Shakespeare, it is probably to have a strong and fully shaped idea in the costumers mind.

Merging all the identities (the identity gained from the popularity of dramatic author, the identity of director and actors) that converge in theatre, we can discover a clearly picture of the meanings that occur when we want to develop the idea of cultural *brand*.

3. We Have an Identity? What We Do With It?

Let assume that we have a new cultural brand, a Romanian theatre that offers only plays of Shakespeare, directed by a famous stage director. In our country it doesn't exist a theatre like this. In this imaginary scenario, we are in a happy situation, because we don't offer a product like the other competitors and it has to be simple to position us on the market. We know from far along that

the mind of costumer it is not an empty page (Ries; Trout 2000), but also that in the digital era to be known requires a set of specific actions (Trout; Rivkin 2009; Guffey; Loewy 2016), like a perpetual adaptation, paying attention not only to the social and cultural changes, but to the immensity of new offers and competitors (Trout; Rivkin 2008).

Until we decide the best strategy to be known like the only Romanian theatre that has only Shakespearian plays, we must be sure that our brand intend to be something specific in Romanian cultural world; it is not enough to be the only one who came with a singular and unique product. Beneath the singularity of the product, it has to be a vision (even this concept in communication can be easily attacked – brands are affairs, in many fields, that have to survive and make money) and a good knowledge of the market. Good knowledge it doesn't mean (in terms of branding) the amount of potential customers that we'll have, but the necessity of a theatre like this and its potential to become relevant not only for those who love Shakespeare plays, but also classic literature, with some kind of sensitivity for the idea of a unique theatre. This kind of unicity is only for exemplification. We may have a theatre that puts on stage only contemporary plays, only the plays that belong to a specific cultural ideology, or a theatre that has actors only women (a contemporary version of ancient theatre) etc.

Which are the *secrets* of a "great brand"? If we follow the advices of Denise Lee Yohn, we find out that a *great brand* has to (Yohn 2014): "start from inside" (Create an identity, find those core elements that can sustain the brand and explain its presence on the market), "avoid selling products" (In this case, I want to underline, that not always we can built a world around brand, sometimes is about products, but a cultural brand has a special "product", as we seen before), "ignore trends" (Brands survive on a market in continuous change and trends are very changeable. A brand cannot walk in the same time with all the trends and cannot throw its beliefs, its tradition and, implicitly, its identity), "don't chase customers" (Firstly, when we have a cultural brand, the idea will bring the costumers not in the other way. Secondly, we do not have to chase all the potential customers for our brand or trying to satisfy all the needs. Each brand can offer something specific.), "sweat the small stuff" (Because in each experience the customers sees the brand, it's logical to pay attention at each detail and give an appropriate importance to all things that describes the brand. For example, an official site, full of information, but difficult to use, is a mistake.), "commit and stay committed" (Unlike the other brands, a cultural one can have more than others an important role in society: socially, culturally or politically), "never *give back*" (Most of the important brands of the world started like small business, but the perseverance and years of work and resources invested in branding gave them the success) and, finally, "brand as business" (Like all the brands, the cultural ones are business in fact, but before thinking in terms of marketing, we need to understand the necessity of building a brand.)

After this point, when we establish what *our* theatre is, the identity is the principal element that act like as a differentiator, capable to portray something durable about the brand. When we have important researches about the role of brands, like the importance of ethical brands (Newman; Trump 2017), a cultural brand has a meaningful role. Theatre is, in the end, the most vivid and important form of culture, capable to change the world (Wheeler 2009, 234), even if this sounds too poetical or exaggerated.

Let's take an example: an earlier example than the theatre of Bertolt Brecht, Erwin Piscator, Konstantin Stanislavski, Jerzy Grotowski or Augusto Boal. One of the most important and known author Of Antiquity is Aristophanes. When we read the *Poetics* of Aristotle, we find out that tragedy has an important role, to be like a moral lesson for the spectator. But, unexpected, for a contemporary reader, the comedy, in Aristophanes case, has a similar importance, because it was a form of militant theatre. One of his plays, *The Acharnians*, can be read like a manifest against the prolongation of the Peloponnesian War. And because the history shows us what role theatre played once, we can, in future researches, to speak about cultural brands like active institution, not only in terms of acting, but like places where we can truly *change the world*.

4. Brands in Digital Era and the Importance of a *Good* Advertising

In their way for reaching people, the brands are influenced by culture, technology, the cultural, political and social life. They have to always adapt, to be inventive and creative. Even if we know that a creative idea can be cheaper than an old strategy of advertising, we must keep in mind the advice of Ogilvy (from the introduction of *Ogilvy on Advertising*): "I do not regard advertising as entertainment or an art form, but as a medium of information. When I write an advertisement, I don't want you to tell me that you find it *creative*. I want you to find it so interesting that you buy the product." (Ogilvy 1985). Of course, we don't have to understand that Ogilvy is against creativity, on the contrary. He only says that the customer must find the advertisement interesting and buy the product. And obviously, for an advertisement to be interesting to a customer it has to be a creative idea.

Which is the product of a brand theatre? First of all, theatre is an artistic experience and its *tangible product* is the play. While a normal brand has to build the idea of experience (like Coca Cola built the idea of happiness), theatre has to sell an interpretation of a play. We've discussed earlier that this interpretation is the result of director and actors work. Throughout interpretation in theatre, we must consider the author, the director and the actors equally important. The different products of theatre (in fact, the different plays) can be promoted using the name and the success of the author, the director and the actors. Separately, or together, these elements are *the reason to believe* / the promise of the cultural brand. In addition to these, we have and the work of scenographers, musicians, dressers and the whole idea of *spectacle*. When I said earlier that theatre is an immediate experience, I was referring to the encounter between actors and public. In this point, the idea of experience is shaped and the whole *spectacle* can be named, in the field of advertising, the *final product*. This *final product* is an amount of elements that can be separately analyzed.

Digital era can be an oasis in the desert of advertising, when is used correctly. Which are the major changes that Romanian theatres made through digitalization:

- ✓ theatres can sell tickets through an online platform, and the ticket office has already changed its face;
- ✓ Social Networks like Facebook, Instagram, Pinterest, YouTube, allows specific ads, with an increased capacity of targeting and combine visual, audible and video components;
- ✓ a official site is the cheapest medium to disseminate messages, especially for the loyal customers.

With the digital tools that internet provides, a theatre is capable to infiltrate in customer's life, but this is not enough if the identity of theatre is undefined.

5. Some preliminary conclusion

Because the subject of cultural brands, especially in Romania, is complex and each article can bring out to scene only a few elements that counts in this matter, I offer here some conclusions, sustained by Romanian examples (there are some differences between national theatres and the independent ones), that are not final considerations, but it can play the role of starting points.

First of all, I have to assume that, if we look at the cultural market from Romania, we will not have an optimistic picture. The statistics show that we have a small number of readers, people interested in opera, theatre, culture, in general (all the statistics can be seen at: www.culturadata.ro). First of all, before all discussion about brands, identity, communication, Romanian Theatres needs a public that can understand their role, their implications and to be capable to distinguish between a cultural institution, with disparate activities, and a cultural brand. But, in my opinion, this thing is possible after the interest for theatre becomes more important than now. On the other hand, the theatres have to know more and more about branding, about the importance of good communication or good advertising. We can promote something, after we have a product and a strategy. The external elements, like logo, site, official page on Facebook (YouTube, Instagram, Pinterest etc.) are important, no doubt, but not primordial. Gladly, cultural brands are not forced to insist too much on the idea of purchase (even if it counts, like in every case), because they has to offer something

more important (in my opinion) than a usual product. Theatre can be a weapon in the fight with the illiteracy (an example is the work of Augusto Boal who transformed the theatrical language in an instrument for education and therapy), because any encounter with literature can be a salvation. Maybe the joy that theatre can bring, especially for teenagers, can be transformed in a joy for books.

In Romania, we have many cities without theatres, and in the countryside, the spectacles are rare, on different occasion (these are those spectacles made in school with a professor). Bucharest is the most populated city with theatres (in comparison with the other Romanian cities). Because it is a tough necessity to gain as many as possible spectators, there are theatres that assumes many identities.

(Figure 1 – Logo *Nottara* Theatre, Bucharest Romania)

An example in this case is *Nottara* Theatre (Official site: www.new.nottara.ro). In 2012, *The Boulevard of Comedy*, made a research that showed the taste of Bucharest spectators for comedy. But, *Nottara* wasn't able to give up the experimental theatre. So, nowadays, in *Nottara* we have two cultural brands in the same building and with the same name: One offers us comedies, and other gives us experimental theatre. The explanation for this situation is that the theatre doesn't want to lose those spectators that search only experimental theatre or comedies. The question is: is it not more appropriate, from the branding point of view, to be only a *Boulevard of Comedy*, the best one?

(Figure 2 – Logo "Vasile Alecsandri" Theatre, Iași, Romania)

The National Theatre "Vasile Alecsandri" from Iași (Official site: www.teatrulnationaliasi.ro) is a good example for the idea of an identity that can be sustained by the building architecture; this theatre is often catalogued as one of the most beautiful buildings in the world. Its repertory has different plays, for every taste, like a general store, full of everything you want. It is not a terrible mistake to have different kind of plays, to be capable to pleasure a generous number of spectators, but in this avalanche of offers, we cannot distinguish a particular proposal made by this theatre. I don't diminish the quality of plays; my point of view is only linked to the hypothesis that a cultural brand needs to concentrate to something specific, to gain a particular public and trying to create an identity that express an essence.

(Figure 3: Logo "Maria Filloti" Theatre, Brăila, Romania)

Sometimes, the bad understanding of the concept of cultural brand, can bring the institution in situations that are not proper for its development. For example, let's take the theatre "Maria Filloti" from Brăila (Official site: www.tmf.ro). Ignoring the fact that it has a logo with others three logos (at least), if we want to make a research and we use the information from its official site, we cannot have a clear picture about what kind of theatre is, what kind of spectacles has and so on. In fact, the tendency to overcrowd the mediums with information is one of the most frequent mistakes (in any types of brands, not only cultural ones).

BIBLIOGRAPHY

ARISTOFAN. 2019. *The Acharnians*. Translator FRANGA, Liviu. București: Eikon.

ARISTOTEL. 1998. *Poetica*. București: IRI.

BANU, George. 2013. *Teatrul de artă, o tradiție modernă*. București: Nemira.

BARTHOLMÉ, H. Roland; MELEWAR, T.C. 2010. "Remodelling the corporate visual construct. A reference to the sensory and auditory dimension". Corporate Communication: An International Journal 16 (1): 53-64.

BOSH VAN DEN, Annette L.M; DE JONG, Menno; ELVING, Wim. 2005. "How Corporate Visual Identity Supports Reputation". Corporate Communication: An International Journal, 10 (2): 108-116.

GROTOWSKI, Jerzy. 2014. *Teatru și ritual – scrieri esențiale*. București: Nemira.

GUFFEY, Marry Ellen; LOEWY, Dana. 2016. *Essentials of Business Communication*, Australia: Cengage Learning.

MATHIESON, Rick. 2005. *Branding Unbound. The Future of Advertising, Sales, And the Brand Experience in Wireless Age*. New York: Amacom.

OGILVY, David. 1985. *Ogilvy on Advertising*. New York: Vintage Books (Random House).

RIES, Al; TROUT, Jack. 2000. *Positioning: The Battle for Your Mind, 20th Anniversary Edition*. New York: McGrow-Hill.

SCHROEDER, E. Jonathan; SALZER-MÖRLING, Miriam. 2006. *Brand Culture*. London & New York: Routledge.

TROUT, Jack; RIVKIN, Steve. 2008. *Differentiate or Die: Survival in Our Era of Killer Competition*. New Jersey: John Wiley & Sons.

TROUT, Jack; RIVKIN, Steve. 2009. *REPOSITIONING: Marketing in an Era of Competition, Change and Crisis*. New York: McGrow-Hill.

WHEELER, Alina. 2009. *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Entire Branding Team*. New Jersey: John Wiley & Sons.

YOHN, Denise Lee. 2014. *What Great Brands Do: The Seven Brand-Building Principles that Separate the Best From the Rest*. San Francisco: Jossey-Bas.

THE APPRECIATIVE INQUIRY IN EDUCATIONAL SYSTEM. A NEW APPROACH IN IMPROVING THE WELL-BEING OF VULNERABLE STUDENTS

Alexandra Galbin
PhD, "Al Ioan Cuza" University of Iași

Abstract: The paper brings into discussion the importance of appreciative inquiry as a way of improving the well-being of vulnerable students in educational system. Appreciative inquiry introduces a new approach in educational change, is a collaborative methodology that follows to uncover the positive core of an organization. The paper has a theoretical role, and explores how appreciative inquiry can improve the teaching and learning practices from disadvantaged school, based on children's perspectives. Taking into account the factors that negatively influence the school participation, the lack of resources, the poor involvement of the parents, the paper emphasizes how the 4-D cycle, the model of appreciative inquiry, can be a strategy implemented by children in order to draw the best practices that can lead to a positive change.

Keywords: appreciative inquiry, vulnerable students, participation, school practices

Appreciative inquiry - 4 D model

Appreciative inquiry is an instrument of organizational transformation that focuses on learning from successes. Instead of focusing on shortcomings and problems, appreciative inquiry focusses on discovering what works best, why it works well, and how success can be extended to the organization (Johnson & Leavitt, 2001). From the point of view of the authors of the theory (Cooperrider & Strivatsva, 1994) one of the failures of the herpes-action is caused by focusing on the problem, an approach lacking in innovative potential. They believe that focusing on the problem inevitably constrains the imagination and reduces the possibility of creating new practices.

To be able to be used this technique, Cooperrider and his collaborators developed the 4-D model (Discovery, Dream, Design, and Destiny) which represents the stages of appreciative inquiry (Cojocaru, 2005). The first step is to identify (Discovery) what works well for the organization, its positive things, its successful experiences. This stage involves conducting focus groups or cross-interviews in which people can share positive experiences related to the research topic, or it can be used as an initial way of knowing the positive aspects and documenting a list of questions that generate positive interpretations (Cojocaru, 2005). Each member has a voice and each response becomes part of a larger picture. These answers identify the values of an organization. The second stage (Dream) is the one in which the employees describe their desires and dreams related to the organization, their motivations, what they do in the organization or what they would like to do. Through this stage, the aim is to build a collective vision of the organization on what might be in the future (Cojocaru, 2005). The motto of this stage is to go beyond the limits of ordinary thinking about what has been in the past and to build images, beliefs and representations about the organization. The third stage (Design) is that in which it is proposed to build a new architecture of the organization, of plans for a positive change of the organization (Cojocaru, 2005). "The simple design is not enough for the future to become current. It is necessary to build a rigorous path strategies and methods to achieve the positive objectives established in the previous stage" (Sandu, 2010, p. 17). And the last stage (Destiny) is the implementation of the plans elaborated in the previous stage. This stage involves establishing roles and responsibilities, developing strategies,

building new interaction networks within the organization or community, using resources to achieve results (Elliot, 1999; Cooperider & Whitney, 2001).

After going through the four stages, people in the community or organization become agents of change. The appreciative inquiry if we cannot apply it within the institution of the town hall or the social assistance department, we should use it for each client, in each case, so we can produce changes in the client's situation, to help, to guide him on a good way to solve his problems by strengthening his successes, successes in his life. Appreciative inquiry can be an intervention alternative that aims to change the way people construct their reality in which they live, relate, act and react by putting in the foreground the successes and achievements that they have and not the problems they are facing (Cojocaru, 2005).

Appreciative inquiry and school participation

Appreciative inquiry can be applied in different types of organization, including schools. Schools have a significant role in educating people, in transforming lives and communities. In Romania context, we are still challenging with dropout, neglect, poor parental participation, teaching practices based more on formal methods, a lack of child participation (Nedelcu, 2013).

The path to school success includes the acquisition and exposure of appropriate social skills. These terms refer to competencies that help individuals interact positively with the environment, thus providing access to positive responses (Elliott & Gresham, 1991). The last two decades have shown an increase in the recognition of the importance of the cultural context in which students develop (Maslowski, 2001). Considering the consequences of the way schools train students, it must be specified how cultural skills relate to inequality (Golann, 2015). Studies show that schools teach children to be obedient. Teachers' pedagogy and social control strategies differ according to the social class of the students; teachers emphasize listening rules with students who have low incomes but allow students from privileged families to express themselves, to be independent, and even to negotiate (McClelland, Morrison, & Holmes, 2000). Understanding the factors and processes by which children can participate in activities and knowing the importance of participation can significantly contribute to encouraging it and removing barriers to children's involvement (Muntean, Roth, & Iovu, 2010; Levy et al., 2018). Previous research demonstrates the importance of involving children in the educational process, having a close correlation with student performance (Lester & Russell, 2010). The way in which children are involved in school, family or community activities is relevant to their quality of life (Levy et al., 2018). The lack of opportunities to involve children leads to the impossibility of exploring the social, intellectual, emotional world and their development is increasingly limited. Focusing on problems and incapacity does nothing but emphasize them, while focusing on strengths and abilities generates positive experiences of participation, and encourages repetition of this process (Cojocaru, 2005). Children who are socially deficient are motivated to learn, reject their peers, dropout of school early (McClelland, Morrison, & Holmes, 2000). Studies also suggest that students involved in activities demonstrate high levels of interactivity, are better able to cooperate, resolve conflicts, while children who are not involved have weaker control and are not accepted by their peers (Fantuzzo, Sekino, & Cohen, 2004). Appreciative inquiry in school context can be a strategy of improving and developing new practices. Involving children in school activities, taking into account their own points of view and needs based on an appreciative approach may a step in discovering solutions to the problems of the disadvantaged schools. More than that, the 4-D model puts together different perspectives of children and can design ideas for applying disciplines (Levy et al., 2018). Building a school environment based on children's voice and participation can improve school performance reducing the risk of school dropout.

Acknowledgment: *This work was co-funded by the European Social Fund, through Operational Programme Human Capital 2014-2020, project number POCU/380/6/13/123623, project title <<PhD Students and Postdoctoral Researchers Prepared for the Labour Market!*

BIBLIOGRAPHY

Cojocaru, S. (2005). *Appreciative Methods in Social Work. Investigation, Supervision and Case Management*, Polirom, Iasi.

Cooperider, D. L. & Srivatsa, S. (1994). *Appreciative Inguiry: An alternative to problem solving*, în W. French și C. Bell, Organizational development and transformation (pp. 207-208), Ridge, Irwin.

Cooperrider, D. L., & Whitney, D. (2001). A positive revolution in change. In D. L. Cooperrider, P. Sorenson, D. Whitney, & T. Yeager (Eds.), Appreciative inquiry: *An emerging direction for organization development*. Champaign, II: Stipes.

Elliot, C. (1999). *Locating the Energy for Change. An Introduction to Appreciative Inquiry*, Winnipeg, Canada.

Elliott, S. N., & Gresham, F. M. (1991). *Social skills intervention guide: Practical strategies for social skills training*. Circle Pines, MN: American Guidance Service.

Fantuzzo, J., Sekino, Y., & Cohen, H. (2004). An examination of the con-tributions of interactive peer play to salient classroom competenciesfor urban Head Start children. *Psychology in the Schools*, 41, 323–336. http://dx.doi.org/10.1002/pits.10162

Golann, J. W. (2015). The paradox of Succes at No-Excuses School, *Sociology of Education*, 88 (2), 103-119.

Johnson, G., & Leavitt, W. (2001). Building on succes: transforming, organisations throught an appreciative inquiry, *in Public personnel management*, vol.30 (1), pp. 129-136.

Levy, S., Schiller, M., Schiller, S., & Schiller, M. (2018). *Stan and The Four Fantastic Powers: The First Ever Appreciative Inquiry Book for Kids, Taos Institute.*

Maslowski, R. (2001). *School culture and school performance: An explorative study into the organizational culture of secondary schools and their effects*.Twente: Twente University Press.

McClelland, M. M., Morrison, F. J., & Holmes, D. L. (2000). Children at risk for early academic problems: The role of learning related social skills. *Early Childhood Research Quarterly, 15*, 307–329.

Muntean, A., Roth, M., & Iovu, M. B. (2010). The role played by the social environment within the future's plans of youth. *Revista de Cercetare si Interventie Sociala*, 28, 7-22.

Nedelcu, A. (2013). Analysing Students' Drawings of their Classroom: A Child-Friendly Research Method. *Revista de Cercetare si Interventie Sociala* ,42, 275-293.

Sandu, A. (2010). *Apreciative seminars*, Lumen, Iasi.

MODALITIES OF LEARNING ENGLISH THROUGH EXTRACURRICULAR ACTIVITIES

Gabriela Buruiană
PhD Student, State University of Moldova

Abstract: In the last decades, the researchers in the Education Sciences offer the student the central role in the instructive-educational process, around it gravitating, as supporting components: the resources, the methods, the procedures, the teacher, the means of education and so on.
Taking a moment from the patterns of the pedagogical discourses, it can be stated that the teacher is also an educational subject („In the act of education it is not known who gives and who receives" C. Noica), he is being open for learning throughout his life, together with his younger partners in the educational field.
Applying to extra-curricular ways of teaching / learning English, the teacher tries to break the rhythm to motivate the students, so that their presence at the same time and in the same space does not become a daily routine.
Through the visits and excursions, perceived as activating modalities in the instructional-educational process, the teachers implicate the students in the natural environment, asking them to name living things in the mountain area, places from the environment, even realities from the universe of natural phenomenon.
Through the extra-muros teaching methods, students are directly connected to daily and social life. It is a form of attention-grabbing within the pedagogical act with optimal and recreational results.

Keywords: educogen topic (student), trip, dialogue, role play, discovery learning.

Human communication is an inter-psychological process, with a psychosocial character, of mutual inter-influence, in which each of the subjects stimulates the other, responds, receives and exercises influence. For a long time, the teacher-student interaction, the educational process was viewed unilaterally, in the sense that only the teacher has to influence the subject of education, the student. The realistic concept that has gained its deserved place among practitioners and theorists is that those two terms of the educational process should not be absolutized, teacher-student, but they must be viewed as partners who are co-participants in the interaction.

The communication process determines the behavioral influence, modifying both the student's and the teacher's behavior. The impact that partners has on each other depends on the depth and quality of the interaction. If, for a long time, it was believed that the teacher's way of working, the way he organizes his speech is defining for the efficiency of his activity, today the focus is on how the partners receive each other and signify the interaction with which they are co-participants.

The teacher must be a good technician and a psychologist who operates, at the same, time with school contents, whose objective function is pregnant, but also with interpersonal contents whose subjective character is paramount. This explains why the success of the didactic relationship is not always doubled by the success of the interpersonal relationship, as the failure of the didactic relationship does not associate with the failure of the interpersonal relationship.

For these reasons, Davitz and Bellack are right when they say that it is better for the student to give the wrong answer than not to give at all, because at that moment, the purpose of the participants is to continue the interaction.

In such situations, the tact of continuing the interaction remains strictly formal, the communication relationship cannot lead to a complete success of the educational process, because the success measured only by the volume of the accumulated knowledge is only apparent.

Active engagement can be considered a factor that contributes to teenagers positive mental health. Any activity that is initiated to attain an outcome can be defined as an engagement. There are two types of activities which correspond with engagement: solitary activities, non-structured which are often without adult supervision (e.g. listening to music, watching movies, playing PC games) and collaborative activities, highly structured that are at the guidance of teachers or some competitive adults (e.g. structured extracurricular activities). The time spent in unstructured activities can be related to negative psychosocial outcomes and structured extracurricular activities are related to positive outcomes for students. Extracurricular activities help adolescents to develop new friendships and to maintain at the same time the old ones.

Extracurricular activities offer more independence to students and ensure the observance of a diverse range of disciplinary rules. They have certain particularities that distinguish themselves from school activities. They are different in terms of duration, content, forms of organization of the activity but also the methods used. The content of the activity is not established according to a compulsory curriculum, adolescents have the freedom to choose the contents that are in accordance with their wishes and interests. Thus, the extra activities are complementary to the educational process, stimulating skills, values, developing talent, vocation, encouraging communication, taking responsibility, competitive spirit, initiative, etc. All these contribute to the development of a complex and complete personality.

All these extra activities have a varied content that is determined by the students' wishes and their cognitive interests. Recent studies in the field of psycho-pedagogy indicate that the use of stories as learning methods develops the imagination and creativity of adolescents. New techniques, modern, active-participatory methods that capture the attention of young people and mobilize their energy, which urges them to use their memory, imagination, understanding, artistic skills are extremely important in educating teenagers in this contemporary society with its challenges. These techniques are useful because they develop cognitive skills, expand the social circle of young people, develop the individual creative thinking and the group one, the student's emotional intelligence, empathy as a psychic phenomenon of releasing emotions, states, thoughts as well as when new relationships of self-knowledge and knowledge emerge.

For the efficiency of the instructional-educational process, it is necessary for the teacher to combine the school activities with the extracurricular ones. The extracurricular activities have formative valences allowing the manifestation of the students' creativity, of the collaboration relations, which allows the teacher to affirm his didactic creativity and innovative spirit. Such activities allow the teachers to contribute to the development of the students' personality by modeling their psychic activity according to the requirements of the society in which they live.

Extracurricular activities are considered to be complementary to the learning activities carried out in the classroom and their purpose is to attract the individual to the social life, to use the free time in a pleasant and useful way, to cultivate the interest for different fields of science, to widen and deepen the information which helps to the formation of his personality.

Extra-curricular activities are considered as important as the actual lessons at school. When we go with the children to a museum, in the park, to the theatre or to the botanical garden, they are outside the formal framework of the school and they are much more relaxed. So, they are more receptive, open to everything new and learn much more easily, from practical experiences, notions that they would find difficult to understand in a formal environment.

The role of extracurricular activities is to develop certain skills such as - teamwork, social skills, group integration, communication in groups of adolescents, socialization, initiative spirit, tolerance - attributes which are necessary for any teenager in life. Therefore, extracurricular activities help teens to acquire and develop the skills necessary to cope in the most varied situations of life.

We can say that the most exciting and enjoyable extracurricular activities for children are also themed trips, foreign languages camps, in the country and abroad, different themed celebrations

(Romanian and English holidays with their traditions and customs), exhibitions with works painted by them as well as by famous painters, visits to museums, to the botanical garden, to the zoo, different school competitions, flashmobes, sports competitions or even carnival.

For teachers, extracurricular activities represent a real challenge because they have to support a true test of creativity. Based on the knowledge of the students acquired in the lessons, teachers can organize various school competitions, which can be considered a good opportunity to practice in new contexts of knowledge and to develop some competences provided at school. Each activity, each game offer immediate feedback.

For example, during a school trip, students may be invited to name elements of the surrounding nature, names of animals in English. Last but not least, they can socialize in English, which will help them enrich their language vocabulary, while developing their communication skills in a foreign language and socializing, adapting to a new environment, helping them make new friends.

Involving students in extracurricular activities leads to a school success, with good results at classes. Not participating in such activities, leads to the development of antisocial behavior having repercussions in the life of tomorrow adult. Therefore, the participation and attendance at some English language clubs helps them to develop certain behavioral traits, which will be beneficial for the future adult. Such activities help teens to develop their friendship, while encouraging them in the learning act.

When we talk about extracurricular activities, we could emphasize that their regular attendance leads to a positive self-development, regardless of the place of performance, in school or outside it. Studies have shown that adolescents who participate in extra activities will have a higher self-esteem in the future than those who do not participate. Involvement in reading clubs, foreign languages, visits or sports activities have a positive effect on students life, not only in present, but also in the future.

For English lovers, participating in such activities will help them use the language in the most correct way, by using grammatical structures, creating autobiographies, writing different types of letters, as well as listening, speaking, writing and reading, thus developing their communication skills in a foreign language.

A favorite activity for teens is Chat Time, the time spent on chat. They are given the opportunity to speak in English with teenagers and even teachers from different countries, where English is considered a native language, thus improving their listening / speaking skills / abilities. Attending a movie club could be an exciting activity for teenagers today. Young people can watch a movie, and after that they can discuss the subject, thus developing their oral and thinking skills.

English teachers could organize literary activities where students could find out a lot of things about the most important and well known poets in English and American literature (William Shakespeare, Emily Dickinson, George Gordon Byron). It is also possible to celebrate the anniversary of some writers, a season (Spring, Autumn), a theme (World Literature Today, Health, A Nice Trip, Family, My Mother) or an anniversary (World Poetry Day, International Women's Day).

The purpose of these activities is to increase the students' interest in reading, in the acquisition of poems from foreign literature. Native English speakers may be invited to some extracurricular activities, and students may find out interesting things about the UK, Canada and the United States, in the vision of a native English speaker.

In these activities there is an interference of Romanian and English knowledge, of history, geography, arts. Students find not only unique data about the great authors of prose, poetry, theatre, but also the names of renowned scientists, athletes, painters, musicians, philosophers. They also find the names of some literary species (limericks), sports games (cricket, bowling) and where they come from (rugby, from a British town). It can be made correlations between the English lexicon and the history, geography, mythology of some areas (tomahawk, kangaroo, boomerang) etc.

In order to cultivate the artistic sensibility, students can watch films, visit artistic exhibitions, in this way knowing the British architecture and studying the old language from the old Shakespeare texts. Extracurricular activities have positive effects on students and make them to improve in certain domains.

In the vision of the professor Constantin Cucoș, between the activity carried out in the school and the activity carried out outside the school, there are differences in terms of the organization but also of the content. The volume of knowledge and lessons learned are determined by the curriculum, while the activities outside the classroom have a varied and flexible content. However, the content of these activities is determined on the basis of principles, not by chance. The framing of the students in carrying out these extra activities is made on the basis of a free choice, under the coordination of the teachers, who can suggest to each student what form of the activity is more appropriate according to his inclinations and interests.

Out-of-class activity has a particularly high level. The conduct of the lessons and the volume of the knowledge taught are determined by the curriculum in the discipline, while the content and the conduct of the activities outside the class have a flexible and very varied content, comprising knowledge in the field of art, science, technique, sport. However, the content of these activities is not established by chance, but on the basis of certain principles.

The extracurricular activity is good for the spirit of initiative and independence of the students. The application of knowledge in extracurricular activities has the value of an exercise to develop students' skills. Therefore, students should be motivated to participate in extracurricular activities, be involved emotionally, with joy and pleasure in everything they do.

In conclusion, we can emphasize that extracurricular activities generate relationships of mutual help and friendship between students, educate the sense of responsibility and an objective attitude towards the goals pursued. It is important for the students to be trained not only in carrying out such activities, but also in initiating and organizing them. The use of extracurricular activities should be systematically and more efficiently produced for the harmonious development of students.

BIBLIOGRAPHY

1. Cristea Sorin, *Dicționar pedagogie*, Editura Litera, Chișinău, 2010.
2. Cucoş Constantin, *Pedagogie*, Bucureşti, Polirom, 2014.
3. Gârboveanu Maria, *Stimularea creativităţii elevilor în procesul de învăţământ*, Bucureşti, Editura Didactică și Pedagogică, 1981.
4. Harmer Jeremy, *The Practice of English Language Teaching*, Longman, 1997.
5. Iucu Romiță, *Instruire extraşcolară. Perspective teoretice şi aplicative*, Iaşi, Polirom, 2008.
6. Neacşu Ioan, *Metode şi tehnici de învăţare eficientă*, Editura Militară, Bucureşti, 1990.
7. Șoitu Laurențiu, *Pedagogia comunicării*, Iași, 2002.

NEW INFORMATIONAL TECHNOLOGIES IN THE TEACHING-EDUCATIONAL PROCESS WITHIN SECONDARY SCHOOLS

Gabriela Buruiană
PhD Student, State University of Moldova

Abstract: If 30 years ago in the educational process the focus was on the teacher and on the instructional-educational methods, in the last two decades the Education Sciences highlights the necessity of observing and promoting the educational means that offer an attractive framework within any public or private educational institution. Among these ICT tools or components, which facilitate the acquisition of information from one discipline or another, it is appropriate to use the new teaching methods more intensively, with a certain measure and weight during a school hour, because they facilitate a clearer understanding of the contents and knowledge, but it also contributes to the creation of an affective climate, which determines moments of reflection, meditation, internalization of moral values, with a positive effect on the behavior of students. Interdisciplinary teaching on any subject of study in the high school cycle requires from the foreign language teacher (English) basic skills and practical skills in the field of ICT (computer operation in Windows, Word, Power Point and so on). Most of the international scientific manifestations in the social-human and psycho-pedagogical fields (even those regarding high school education) are conducted in English and these are possible by using the new means of communication (computer, video projector, stick, flipchart, smart board) for presentation an exposure.

Keywords: technology, ICT components, instructional-educational methods, modern means of communication, interdisciplinarity.

Societatea în ansamblul ei, cu toate principiile, normele, drepturile și libertățile de exprimare, este spațiul în care se desfășoară numeroase schimbări de ordin legislativ, mediatic, tehnologic, mutații care se reflectă și în microgrupurile sociale (firme mici, familii). În scopul promovării valorilor autentice și a normelor unanim acceptate pe meridianele lumii, în vederea menținerii echilibrului social (din ce în ce mai fragil în ultimul deceniu), este necesar să valorizăm potențialul cognitiv, etic și estetic al educației, perceput ca univers inepuizabil, care îi determină pe adolescenții și tinerii în formare să înțeleagă cultura, civilizația și umanitatea. Percepută în sens primar ca stare sau mod de viață (Pièrre Hadot, Constantin Noica), educația este transpusă – ca o corolă de valori (Lucian Blaga) sau ca arc de boltă (Tudor Vianu) – în variate ramuri de manifestări culturale. De aceea în Științele educației sunt evidențiate diversele ei laturi (educația intelectuală, educația civică, educația sanitară, educația morală, educația artistică, educația religioasă, educația ecologică ș.a.). Dincolo de accepțiunea generală a conceptului, dincolo de inițierea și creșterea copilului în mediul familial, educația se regăsește în chip deosebit în învățământ.

Perceput ca sistem social integrator și indispensabil oricărei societăți, învățământul – cu toate treptele sale – accentuează problema educației, alături de conținuturile care se oferă elevilor prin strategii didactice instructiv-educative. Este insuficient să vorbim de învățământ ca un sector al vieții sociale, necesar dezvoltării și progresului economic. Trebuie accentuată ideea că învățământul reprezintă baza funcționării corpusului social în ansamblu, pe care nu-l putem aborda secvențial, diminuând rolul lui în bunul mers al societății. De calitatea învățământului depinde educația cetățenilor, depinde echilibrul componentelor, soluționarea problemelor și proceselor sociale cu care se confruntă orice comunitate din Europa și din alte spații geografice de pe mapamond.

În ultimii 30 de ani se accentuează ideea că elevul trebuie să fie situat în centrul universului educației în orice unitate de învățământ, indiferent de ciclul în care se află, profesorul devenind un

tutore, un frate mai mare, care ajută să facă pașii necesari în universul cunoașterii, astfel încât subiectul educogen să înțeleagă treptat că devine un actor în procesul instructiv-educativ. În jurul lui gravitează celelalte componente ale procesului instructiv (componentele curriculare, metodele și procedeele didactice, mijloacele tehnologice ș.a.).

Dacă până acum 30 de ani în procesul de învățământ accentul cădea pe profesor și pe metodele instructiv-educative, în ultimele două decenii Științele educației evidențiază necesitatea observării și promovării mijloacelor de învățământ. Evitând confuzia cu materialele didactice, multe confecționate de cadrele didactice sau chiar de către elevi (ex. planșe, tabele, hărți, ierbare, insectare ș.a.), mijloacele de învățământ au o contribuție în ușurarea procesului de însușire a conținutului propus în actul predării unei teme. Nu ignorăm capacitatea unui profesor de a transmite cunoștințele într-un cadrul plăcut, prin vocația sa pedagogică, însă abordarea unilaterală a predării (bazată preponderent pe metode și procedee didactice) determină o diminuare a atenției elevilor în actul de predare. Din punct de vedere psihologic, atenția copiilor se menține max. 15 minute în fața unei expuneri didactice clasice (povestirea, istorisirea, descrierea, expunerea, explicația, prelegerea), iar acest aspect poate conduce la pierderea interesului elevilor pentru ora sau disciplina respectivă, chiar dacă aceea poate avea un fond axiologic deosebit. Transferul de cunoștințe printr-o abordare univocă întâmpină dificultăți majore în procesul de învățământ, elevii fiind percepuți ca ținte sau depozite de informații și mai puțin ca subiecți ai propriei educații. „Experiența umană poate fi tezaurizată și transmisă ori direct, experențial, prin exemplificare, prin viu grai, ori indirect prin intermediul unor suporturi artefacte și codificări adiacente (piatră, papirus, cărți, mediu digital etc.).

Constantin Cucoș relatează în cartea sa „EDUCAȚIA. Reîntemeieri, dinamici, prefigurări" că orice act de achiziționare a cunoașterii sau a unui comportament nou se bazează pe - și uneori depinde în mod hotărâtor de - cadrul procedural, mijlocul (tehnic, logistic, uman) la care se face apel. Mijlocul devine nu doar o simplă cale, ci un ingredient al conținutului pe care îl prefigurează sau îl semnifică într-un anumit fel. În cazul nostru, vorbim de un *mijloc*, care nu este deloc neutru, inocent în raport cu ceea ce el transmite. Desigur, ne referim la mediul virtual actual care a devenit „un cadru de generare a cunoașterii, de disponibilizare imediată a ceea ce este nou, de co-construcție a unui fond ideatic, de comparare sau filtrare a unor informații, de interpelare operativă a unor competențe etc." (Constantin Cucoș, 2017)

De aceea, promovarea și utilizarea mijloacelor de învățământ actuale oferă un cadru atractiv în incinta oricărei instituții de învățământ public sau privat. În rândul acestor instrumente sau componente specifice noilor tehnologii informaționale, care accesibilizează însușirea informațiilor de la o disciplină sau alta, se cuvine să întrebuințăm mai accentuat noile mijloace de predare, cu măsură și o pondere anumită din timpul unei ore școlare, fiindcă acestea facilitează înțelegerea mai clară a conținuturilor și cunoștințelor, dar contribuie și la crearea unui climat afectiv, ce determină momente de reflecție, de meditație, de interiorizare a unor valori morale, cu efect pozitiv în comportamentul elevilor. Predarea interdisciplinară la orice obiect de studiu din ciclul liceal solicită din partea profesorului de limbi străine (engleză) competențe de bază și abilități practice în domeniul informațional (operare pe calculator în programe Windows, Word, Power Point ș.a.). Majoritatea manifestărilor științifice internaționale în domeniile socio-umane și psihopedagogice (chiar și cele privitoare la învățământul liceal) se desfășoară în limba engleză și acestea sunt posibile prin întrebuințarea noilor mijloace de comunicare (computer, videoproiector, stick, flipchart, tabla inteligentă) pentru prezentarea schemei unei expuneri.

Între mijloacele de informare și comunicare, între aceste două universuri, există o strânsă legătură, educația – ce antrenează comunicarea. Noilor mijloace de comunicare în educație au o funcție educativă dublă: pe de o parte, facilitează procesul educațional dacă sunt corect integrate în practicile educative iar pe de altă parte, predispun și obligă la noi configurații ale competențelor ce se urmăresc a fi formate de către instituțiile educative, continuând la reformări de ordin finalist, curricular și strategic. Integrarea noilor tehnologii în educație conduce la o recalibrare a metodologiilor didactice tradiționale, prin recontextualizări, modernizări și inovații la nivel

strategic. Tehnologia modernă are un impact iminent în dimensiunea strategică, impunând metodologiei didactice noi reașezări.

Utilizarea noilor tehnologii informaționale permite profesorului să-și mărească eficiența în timpul actului educațional, prin centralizarea proceselor de instruire, având permanent control asupra sarcinilor pe care aceștia le au de realizat, intervenind rapid, cu scopul de a-i susține în activitatea lor independentă. Mijloacele virtuale îmbină autoritatea oferită de prezentările multimedia cu flexibilitatea unor instrumente de evaluare și control pe care cadrul didactic le are asupra activității de la clasă. Studiul de față prezintă o alternativă la metodele clasice de predare prin utilizarea noilor instrumente digitale în procesul de predare-învățare-evaluare și în administrarea proceselor educaționale în ansamblul lor. Noua tehnologie în activitatea didactică contribuie în mod decisiv la schimbarea modului de predare, dintr-un model static, în care elevul se prezintă ca un simplu receptor, în unul dinamic, în care activitatea de predare-învățare se ghidează după elev iar subiectul educogen este motivat să caute singur, pe cont propriu noi surse de informare, de cunoaștere.

Pentru creșterea calității procesului educațional la clasă (în cadrul orelor de limbi străine - la ora de engleză) și a competitivității resursei umane, asimilarea didactică a noilor tehnologii în vederea formării și dezvoltării competențelor cheie ale elevilor reprezintă o prioritate. Prin digitalizarea culturii la nivelul societății și prin implementarea noilor tehnologii de informare, competența digitală a devenit una din competențele cheie, transversale, stipulate în Curriculum-ul modernizat.

Integrarea tehnologiei în procesul de predare-învățare devine o necesitate pentru toate disciplinele din curriculum școlar, contribuind la învățarea activă centrată pe elev, la abordarea diferențiată, la facilitarea unui tip de învățare contextuală și la dezvoltarea creativității și gândirii critice. Limba engleză este una din cele mai avantajate discipline prin utilizarea noii tehnologii, estimându-se că eficiența utilizării acestora ar fi în proporție de 57,4% sau chiar mai mult. Introducerea noilor tehnologii se poate realiza în orele de limbi străine pe mai multe paliere: documentare-informare, elaborare de documente, programe și proiecte școlare, comunicare interpersonală.

Pentru a ușura trecerea de la limba maternă la limba engleză, profesorii utilizează o multitudine de instrumente tehnologice cum ar fi: tabla interactivă. Aceasta ajută profesorul să utilizeze o prezentare electronică, punând accentul pe dezvoltarea structurilor gramaticale și a vocabularului prin mijloace vizuale. Tabla interactivă îl ajută pe profesor să prezinte în diferite moduri cuvinte, expresii sau anumite idei din textul studiat.

Când studiem o limba străină (limba engleză), textele digitale sunt binevenite deoarece o clasă sau un grup de elevi are posibilitatea să lucreze pe același element al lecției. În acest mod, profesorul are un control mai bun asupra clasei, menținând un contact vizual continuu, direcționând atenția educabililor asupra aceluiași paragraf, imagini sau secvențe a lecției. În cadrul unor teste, ar putea fi folosite cu mare ușurință textele online, deoarece pot fi expediate profesorului electronic.

Prezentările video facilitează și ele desfășurarea orei de limba engleză, prin suscitarea interesului elevilor asigurând participarea la oră chiar de la etapa de introducere în subiectul lecției sau la cea de consolidare a materialului însușit. Difuzarea înregistrărilor îi ajută pe elevi să își dezvolte abilitățile de comunicare orală.

Cea mai eficientă modalitate pentru evitarea monotoniei la oră este cea vizuală, prin prezentări electronice ce pot fi folosite în abordarea conținuturile lecției. Clasele care obțin succese mai mari sunt acele unde se desfășoară lecții cu utilizarea materialelor digitale. Utilizarea aplicațiilor pentru prezentări electronice este foarte eficientă, în special a prezentărilor vizuale, însă trebuie dozată (în jur de 30% din lecție). Altfel, lecțiile devin plictisitoare.

Prezentările electronice sunt, în opinia elevilor, cel mai atractiv mod de a partaja informația. Cel mai cunoscut mod de prezentare grafică este Microsoft Power Point și cu ajutorul acestuia putem realiza prezentări interactive care să conțină elemente audio și video, text, animație. Astfel, elevii capătă noi cunoștințe și în domeniul IT. Așadar se creează o legătură cu disciplina

Informatică, realizându-se astfel principiul interdisciplinarității. Asemenea sarcini sunt îndeplinite de elevi cu plăcere, ajutându-i să persevereze pentru a obține mesaje sonore și vizuale cât mai expresive.

Utilizarea noilor mijloace informaționale permit crearea de noi activități iar elevii pot deveni autorii propriilor lecții, crescându-le astfel stima de sine, responsabilitatea, toate acestea fiind dublate de un feedback rapid. Astfel, punctele tari și slabe pot căpăta noi dimensiuni; punctele slabe devenind oportunități de dezvoltare, iar cele tari, nefiind exploatate, dispar.

Noile instrumente sunt impresionante atât prin aportul pe care-l aduc în spațiul vieții sociale, cât și prin rapiditatea în care ele însele se dezvoltă. Modul prin care decidenții educaționali de adaptează la noile tehnologii le permite acestora să-ți construiască propriul conținut. Rapiditatea prin care se dezvoltă tehnologia crește capacitatea de înțelegere a lumii contemporane.

Tehnologiile digitale fac ora de limba engleză să devină mult mai atractivă pentru elevi. Aceștia devin mai creativi și se implică mai mult în activitățile de la clasă. Cu siguranță, tehnologia reprezintă cheia succesului în procesul instructiv-educativ, în special la limba engleză.

Boettcher consideră că este indicat să reevaluăm rolul conținutului predării în contextul utilizării noilor instrumente tehnologice și să pledăm pentru o centrare pe proces, implicit pe o dezvoltare a abilităților personale. În contextul actual în care resursele digitale câștigă teren (Keats, 2009), este necesară o creștere a angajabilității, prin care se promovează un proces de învățare auto-dirijat și schimbul de informații, dezvoltarea unor produse de valoare, dincolo de procesul de evaluare sau notare.

Utilizarea noilor mijloace informaționale în procesul instructiv-educativ în cadrul orelor de limbi străine (engleză) creează un climat plăcut, motivațional necesar elevilor. În actul de predare noile tehnologii ușurează efortul profesorului de a transmite informațiile necesare, organizând și sistematizând munca acestuia. Predarea conținuturilor în cadrul orelor de engleză pe baza noilor tehnologii menține atenția elevilor, dezvoltând capacitățile acestora de a participa în actul didactic. Așadar, folosirea noilor tehnologii conduce la obținerea unui *feed-back* din partea elevilor, conturând un climat interactiv în actul de predare/ învățare/ evaluare.

Acest studiu evidențiază necesitatea utilizării noilor tehnologii în cadrul orelor de limbi străine (engleză) în vederea însușirii optime din partea elevilor a cunoștințelor de limbă și comunicare, necesare în societate. După absolvirea liceului, tinerii vor continua studiile la instituții universitare, unde vor avea nevoie de cunoștințe de limbi de circulație internațională, alții se vor angaja, lucrând în diverse firme, companii, instituții media, societăți comericale, vor deveni antreprenori și vor colabora cu parteneri din alte țări, aspecte care îi vor motiva să aibă abilități de comunicare în limba engleză. Că vor deveni oameni de artă (pictori, sculptori, web-designeri), profesori în licee cu predare bilingvă, sau cadre didactice în învățământul de stat ori particular, tinerii vor înțelege necesitatea cunoașterii limbii engleze, pe de o parte, dar și necesitatea utilizării la rândul lor a mijloacelor de tehnologie comunicațională.

Privitor la domeniul pedagogic de creare și dezvoltare a abilităților de comunicare în limba engleză în învățământul public, în ultimele decenii s-au efectuat cercetări psihopedagogice, concretizate în editarea unor volume științifice de referință. Astfel, Aliona AFANAS de la Universitatea de Stat din Moldova și-a expus aspectele teoretice și practice în lucrarea intitulată *Metodologia dezvoltării competenței de comunicare a elevilor în limba străină*, carte editată în anul 2013. O resursă deosebit de utilă de documentare o reprezintă cartea Profesorului Ioan CERGHIT (Universitatea din București) intitulată *Sisteme de instruire alternative și contemporane. Structuri, stiluri, strategii*, lucrare publicată în anul 2007 la București.

Contribuții importante în domeniul Științelor educației referitoare la învățământul interactiv au adus Profesorii COJOCARU Gh. și Cojocaru V., prezentate în lucrarea *Instruirea asistată de calculator: metode de implementare*, carte apărută la Chișinău (2013). De interes sunt și cărțile Profesorilor Laurențiu ȘOITU (*Pedagogia comunicării*, Iași, 2002) și Ioan Ovidiu PÂNIȘOARĂ (*Comunicarea eficientă*, Polirom, Iași, 2015). O altă contribuție însemnată în cunoașterea strategiilor interactive (metode didactice și mijloace de învățământ) o reprezintă lucrarea doamnei

Adriana VIZENTAL, *Metodica predării limbii engleze* (Polirom, Iași, 2014). În literatura anglo-saxonă o sursă de referință pentru studiul de față, o constituie lucrarea lui Nunan D., *Research Methods in Language Learning* (Cambridge University Press, 1999). De asemenea, indicăm și contribuția lui Jeremy Harmer, *The Practice of English Language Teaching*, (London, 1997).

BIBLIOGRAPHY

1. Afanas Aliona, *Metodologia dezvoltării competenței de comunicare a elevilor în limba străină,* Print Caro, Chișinău, 2013.
2. Cerghit Ioan, *Sisteme de instruire alternative și contemporane. Structuri, stiluri, strategii*, București, 2007.
3. Cucoș Constantin, *Educația: Reîntemeieri, dinamici, prefigurări.* Polirom, Iași, 2017.
4. Pânișoară Ioan Ovidiu, *Comunicarea eficientă*, Polirom, Iași, 2015.
5. Scrivener Jim, *Learning Teaching*, Macmillan, 2005.
6. Șoitu Laurențiu (et comp), *Educația la centenar*, Polirom, Iași, 2018.
7. Vizental Adriana, *Metodica predării limbii engleze*, Polirom, Iași, 2014.

TRANSPARENCY AND POROSITY IN ONLINE PUBLIC RELATIONS

Radu Adrian Ciora
PhD Student, "Lucian Blaga" University of Sibiu

Abstract: In the past, let's say before the www era, no PR department would send a copy of a press release concomitantly to the press and to its competitors. Nowadays, the majority of organizations changed this practice, not by sending the press release to its competition, but by making it publicly available online through their website. Moreover, online public relations departments publish information on their organisation website, allowing others to cite them, to ping-back this information, thus leading to an improved online presence, but also an increase in public trust. There are six types of transparency: radical, controlled, institutional, overt, covert, unintentional. This paper will analyse their pros and cons. The last part of this paper will present the implications of porosity in public relations.

Keywords: transparency, porosity, public relations, online presence, public discourse

Introducere

Se vorbeşte foarte mult de transparenţă în zilele noastre. Organizaţiile sunt invitate să devină mai transparente, iar pentru relaţiile publice online această schimbare este un imperativ întrucât internetul mediază tot mai mult comunicarea organizaţională.

Transparenţa trebuie privită în ansamblu. Ea este unul din elementele cheie de care depind relaţiile publice online, celelalte fiind internetul ca şi agenţie de relaţii publice, porozitatea internetului, bogăţia conţinutului şi nu în ultimul rând sfera de influenţă. Aceste elemente de bază ale relaţiilor publice online sunt mediate de alte 3 componente: platformele sau aparatele pe care le folosim în accesarea Internetului, multiplele canale de comunicaţie şi contextul în care toate acestea formează un tot unitar ce vine în sprijinul oamenilor de PR. Transparenţa, în ştiinţele umane, implică deschidere, comunicare şi responsabilitate. Termenul este o extensie metaforică a înţelesului din fizică: un obiect transparent este acela prin care se poate vedea.

Exemple de transparenţă sunt întâlniri ale guvernului care sunt deschise presei şi publicului, când este revizuit bugetul sau sunt prezentate diverse situaţii financiare ce pot fi revizuite, de oricine este interesat, atunci când legile, regulile sau deciziile sunt deschise unei dezbateri publice. Doar atunci deciziile sunt văzute ca şi transparente şi astfel există mult mai puţine şanse pentru autorităţi să abuzeze de sistem în interese proprii. Transparenţa este, în acest sens, o componentă esenţială a democraţiei. Gradul de transparenţă a practicii de relaţii publice în politică reprezintă un ordin de măsură al bunelor practici ale clasei politice.

În ştiinţele economice, o piaţă este transparentă dacă se cunosc multe detalii despre mulţi dintre actorii pieţei: ce produse şi servicii sunt oferite, la ce preţ şi unde. Transparenţa este o redută în calea cartelurilor, a monopolurilor, a fixări preţurilor şi un garant al produselor eficiente ce stă la baza competiţie.

Transparenţa în comunicare este evidentă când media este transparentă, înţelegând prin aceasta că există multe surse de informare, care de obicei sunt în concurenţă; atunci când se cunoaşte modalitatea de livrare a informaţiei şi când finanţarea producţiei media este făcută publică.

Transparenţa radicală

Transparenţa radicală este o metodă de management prin care aproape toate deciziile se iau în mod public. Toate documentele proiectelor, toată argumentaţia pro şi contra unui plan sunt făcute publice; deciziile despre procesul de decizie însuşi şi toate deciziile finale sunt făcute publice şi rămân arhivate public.

Astfel, având o transparenţă perfectă într-o organizaţie, toţi membrii acelei organizaţii au acces la informaţii relevante. Managementul prezintă corect dinamica afacerii. Bugetul anual este înlocuit cu un sistem progresiv de planificare, bazat pe un proces de colaborare. Fiecare manager ştie exact cum deciziile sale afectează alte aspecte ale companiei. Există de asemenea o clară vizibilitate a impactului pe care îl au factorii externi asupra chestiunilor interne. Şi organizaţia va putea prevede exact cum piaţa va răspunde la diverse acţiuni întreprinse de aceasta.

Pentru multe organizaţii, transparenţa radicală implică o serie de dezavantaje, inclusiv dezvăluirea de aspecte competitive ale companiei sau riscul divulgării de secrete de stat pentru unele agenţii sau departamente guvernamentale. Această transparenţă dusă la extrem poate expune proprietatea intelectuală ce aparţine organizaţiei şi care poate oferi avantaje de competitivitate unice, acest aspect stârnind un conflict de interese între transparenţa radicală şi pierderea avantajelor de competitivitate.

Astfel decizia strategică de a îmbrăţişa transparenţa ca şi abordare corporativă de comunicare ajută una dintre cele mai mari companii din lume în obţinerea de avantaje faţă de competiţie. Aceasta este una din multele exemple de companii care caută să obţină beneficii prin transparenţă.

Transparenţa controlată

Transparenţa controlată reprezintă postarea sau lansarea de informaţii pe internet. Se poate face prin e-mail, prin postare pe web, sau prin alte mijloace de comunicare online. Poate fii instituţională, sinceră, ascunsă sau fără voie.

Transparenţa instituţională

Transparenţa instituţională înseamnă publicarea de informaţii despre o organizaţie de către diverse oficialităţi. Mulţi manageri găsesc acest lucru extraordinar astfel încât multă informaţie este făcută publică online chiar fără acordul explicit al organizaţiei. Exemple de informaţii despre companii fără acordul acestora sunt: pe liste ale guvernului, despre returnări de TVA, despre datornici la fisc, apariţii în diverse ghiduri de afaceri, directoare de servicii, etc. Această informaţie ia forma cerută de lege sau de regulile care se aplică ca şi parte a unei infractructuri de operare a unei licenţe. Această formă de transparenţă se aplică deopotrivă organizaţiilor de voluntari de genul celor de caritate şi chiar şi persoanelor fizice.

Transparenţa sinceră

Transparenţa sinceră este aceea prin care o organizaţie încearcă să facă informaţia publică fie pieţelor de desfacere, consumatorilor, angajaţilor şi multor alte organizaţii sau instituţii. Adesea această formă de transparenţă este pe un website, oferită pe e-mail sau participanţilor la reţele de socializare online. De exemplu, multe organizaţii publică pagini despre responsabilitatea socială a companiei, pe situl acesteia. Alte forme de transparenţă sinceră este atunci când organizaţiile sau chiar persoane fizice fac informaţia disponibilă prin tehnologii de distribuţie precum RSS, reţele sociale, etc.

Transparenţa ascunsă

Transparenţa ascunsă are loc acolo unde organizaţiile împing conţinut sau manipulează informaţia. Conţinutul împins include publicitate online şi alte forme similare de promovare prin marketing. Poate de asemenea însemna încercări ale unei organizaţii de a obţine avantaje, de exemplu prin îmbunătăţirea vizibilităţii site-ului propriu în directoarele motoarelor de căutare, binecunoscuta SEO, sau distribuirea de informaţii prin mediile de socializare online.

Astroturfing – definită ca practica de a crea o falsă impresie a unui suport popular, prin mijloace de orchestrare şi exerciţii de marketing deghizate este antiteza transparenţei.

Transparenţa involuntară

Un caz clasic de transparenţă involuntară este listarea sitului unei companii în Google. Aceasta are loc acolo unde informaţia este disponibilă fie prin birourile organizaţiei sau este recoltată: aceasta înseamnă colectarea de pe situri şi oferirea de informaţii către alţi utilizatori de internet. Această recoltă de informaţii poate fi o simplă persoană care preia informaţie de pe situl unei companii şi o transcrie pe un alt site; poate fii acelaşi lucru dar făcut de un calculator; mai

recent acesta poate însemna folosirea de informaţii dintr-o parte a unei pagini web ce poate însemna nu mai mult de o linie sau două, o imagine, un videoclip, un fişier audio sau o legătură la o alte pagini web (precum o ştire pe site-ul unui ziar).

Transparenţa are loc ca parte a obligaţiilor implicate de o licenţă de operare(atât ca o cerinţă legală cât şi ca parte a construirii unei relaţii de încredere între părţi), astfel informaţia este făcută publică online. Unele informaţii sunt necesare unor organisme de reglementare şi unele se compun din referinţe în directoare online, date referitoare la apartenenţa la o asociaţie,etc.

Toate organizaţiile sunt mai mult sau mai puţin transparente. La fel şi oamenii. Cantitatea de informaţie disponibilă nouă este destul de considerabilă şi creşte în continuu.

Porozitatea organizaţiilor

De-a lungul istoriei, informaţia s-a scurs din organizaţii, probabil sub formă de bârfe la întâlniri de socializare sau conversaţii între reprezentanţi ai companiei şi consumatori sau furnizori. Astăzi, se întâmplă acelaşi lucru dar la o scară mult mai mare. Aceeaşi bârfă se transmite prin e-mail, mesagerie instantă sau interacţiuni în mediile de socializare online. Porozitatea poate fii interpretată ca o formă a neglijentă de transparenţă.

Multe organizaţii au mecanisme sofisticate de monitorizare a e-mailului, programelor de mesagerie instantă şi alte tipuri de comunicaţii online, pentru a preveni neplăcerile cauzate de porozitatea nocivă. Dar aceasta este o simplă şi nu foarte eficientă formă de control. Trebuie impus un set de politici pentru angajaţi pentru a fii clar ce este acceptabil pentru a fii folosit în e-mailuri, în mesageria instantă, bloguri, mediile de socializare online şi alte forme de comunicare electronică. Din păcate aceste politici nu sunt foarte răspândite, iar chiar dacă sunt implementate, frecvent nu sunt foarte bine definite. Astfel de consiliere şi orientare este esenţială şi se constituie ca parte efectivă a programelor de PR.

În străinătate sunt numeroase cazuri în care informaţii compromiţătoare ajunse în presă prin diverse canale de comunicare stau la baza demiteri/demisiei unor persoane publice, afectate de rezultatul publicării acestor informaţii.

Porozitatea nu este întotdeauna un lucru rău şi arareori este comisă cu rea voinţă. Adesea se întâmplă accidental, ca în cazul unui lung şir de schimburi de mesaje între mai multe persoane un singur e-mail conţine ceva ce mai bine nu ar fii fost spus. Poate fii accidental, ca în cazul unui zid de apărare ce nu este suficient de robust. Poate fii intenţionat, adesea născându-se din frustrări, când restricţiile corporatiste fac comunicarea prea dificilă, iar angajaţii caută să se bucure de modalităţi neîngrădite de comunicare externă, adesea în legătură cu locul de muncă. Ocazional porozitatea are loc cu intenţie. Vocea organizaţiei ce se face auzită înăuntrul său are un impact imens şi în afară şi poate fi parte a unui proces bine coordonat de îmbunătăţire a competitivităţii organizaţiei în cauză.

Fiindcă organizaţiile devin transparente şi încep să interacţioneze cu comunităţile externe online (de exemplu prin vânzarea de bunuri şi servicii online), ele trebuie să creeze sisteme de interacţiune precum colectarea banilor, onorarea comenzilor şi expedierea mărfurilor. Aceasta înseamnă că internetul schimbă organizaţia pentru ai îndeplini cerinţele. Procesele sunt bunuri intangibile ale unei companii şi astfel interacţiunea pe internetul schimbă valoarea organizaţiei prin eliberarea de informaţii despre tranzacţii(de exemplu un e-mail de confirmare la cumpărarea unui produs).

Parte a acestui proces în acest amalgam modern de comunicare este folosirea mediilor de socializare online, ceea ce implică, pentru a fii diferiţi/autentici eliberarea unei cantităţi substanţiale de informaţii într-un format mai liber, decât s-ar aştepta în mod tradiţional din modul de prezentare al informaţiilor de marketing. Într-un ton colocvial, această formă de transparenţă destăinuieşte mult mai multe informaţii decât alte forme de prezentare.

Concluzii

Pentru a crea o trăire intensă oamenilor online, organizaţiile răspund prin e-mailuri, bloguri, podcasturi, convorbiri online şi alte forme de interacţiune directă sau indirectă. Astfel de interacţiuni sunt o combinaţie de răspunsuri tehnice şi procedurale, şi includ de asemenea persoane angajate în conversaţii cu factori externi.

Avantajul competitivităţii oferite de acest schimb de informaţii este un stimulent puternic, dar acum organizaţia este modelată de oameni şi tehnologii ce se găsesc pe internet. Ca răspuns la conversaţii online, are loc un troc, iar interacţiunile online încep să schimbe organizaţia. Un retailer cu 10% din vânzări efectuate online este o organizaţie complet diferită faţă de o organizaţie ce are un simplu lanţ de magazine.

În timp ce interacţiunile devin din ce în ce mai simple, consumatorii (şi nu numai) invită organizaţia la schimbare, uneori chiar sugerează modalitatea de schimbare sau chiar votează schimbările dorite. Aici vedem internetul schimbând organizaţia, forţând-o să devine mai transparentă şi mai poroasă şi astfel acesta se comportă ca un agent al schimbării.

Google Maps ca de altfel şi YouTube pot fi foarte uşor integrate în pagini web,bloguri sau chiar e-mailuri, printr-un simplu link.

Aici apare o dispută pentru omul de PR. Informaţia scoasă din context poate şi va fi interpretată în moduri diferite; un conţinut bine alcătuit poate fi juxtapus cu conţinut care schimbă sensul dorit. Trebuie să fim atenţi şi să fim capabili să gestionăm aceste situaţii.

Bogăţia de conţinut este procesul prin care se exersează transparenţa. Aceasta este livrată datorită sferei de influenţă imense a internetului.

De exemplu Okazii.ro sau eBay sau Amazon au situri bogate nu prin conţinutul oferit de ei, ci prin conţinutul oferit în mod gratuit şi interactiv de vizitatorii sitului şi de clienţi. Bogăţia de conţinut o obţin prin înglobarea de servicii de socializare în oferta lor comercială. Sistemele de recomandare sau de încredere, bazate pe voturi sau steluţe, împreună cu istoricul complet al tranzacţiilor efectuate, sunt oferite de comunitate şi sunt livrate într-un singur loc nu un lanţ de magazine sau case de licitaţii, etc. Aceste situri oferă atât o sferă de influenţă foarte mare cât şi o bogăţie de conţinut şi folosesc transparenţa şi porozitatea internetului ca pe un imens avantaj comercial.

Aria de penetrare a internetului este de peste 2 miliarde de oameni. De asemenea bogăţia şi sfera de influenţă pot fi identificate şi evaluate în multe moduri. Bogăţia de informaţii va fi monitorizată de experţi în comunicare analizând situri, bloguri şi cuvinte cheie aplicate organizaţiei de care aparţine, produse şi servici ale companiei etc.

În relaţiile publice trebuie să ne implicăm în dezvoltarea a două arii. Prima este crearea de conţinut care să aibă miez. Cuvintele, pozele, imagini video, diagrame, conţinut audio toate îmbogăţesc conţinutul pe care îl oferim publicului. A doua zonă de interes este implicarea oamenilor, care vor îmbogăţii cu informaţii comunităţile online din care fac parte, dar în acelaşi timp măresc sfera de influenţă şi bogăţia de conţinut a organizaţie noastre printr-un proces simbiotic. Cum obţinem acest lucru. Oameni aceştia pot participa pe forumuri şi îşi pot spune părerea despre produsele companiei noastre sau pot da un rating chiar pe situl nostru sau al unui reseller al produselor noastre, etc. Pe lângă aceasta, putem dezvolta conţinut transparent, disponibil unor tehnologii precum motoare de căutare, RSS-uri, mashups, reţele sociale şi taguri.

Influenţa poate fi dezvoltată în numeroase moduri. Tehnici precum postări pe reţelele sociale, schimburi de linkuri, SEO, programe de abonare şi metode de publicitate online sau offline sunt uzuale şi esenţiale în practică. Pe lângă aceasta implicarea în comunităţile online, cu siguranţă că va atrage oamenii spre organizaţia noastră prin mijloace precum vizitarea sitului organizaţiei, redistribuirea postărilor de pe reţelele sociale, etc. Influenţa se obţine de asemenea prin luarea de poziţie în conversaţiile online din cadrul diverselor comunităţi.

BIBLIOGRAPHY

1. Etta, N. B., *The Need for Effective Media Relations Management in Companies*, International Journal of Humanities & Social Sciences: Insights and Transformations , vol.2(2), 2017;

2. Philips, D., Young, P., *Online Public Relations: A Strategic Approach*, Kogan Page, 2013;

3. Scott, D.M., *The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly*, Wiley, 2015;

4. Zakaria, M., Liginlal, D., Aoun, C., *Measuring Corporate Transparency in Sustainability Reporting*, Twenty-fourth Americas Conference on Information Systems, New Orleans, 2018;

5. Regester, M., Larkin, J., *Risk Issues and Crisis Management*, Kogan Page, 2012;

6. European Commission, *Behavioural Study on the Transparency of Online Platforms*, 2018;

7. Vujnovic, M., Kruckeberg, D., *Pitfalls and promises of transparency in the digital age*, Public Relations Inquiry. 5. pp. 121-143, DOI:10.1177/2046147X16635227, 2016.

THE CONCEPTUAL FRAMEWORK OF LIFELONG LEARNING IN THE LEARNING SOCIETY

Ina Ionaşcu
PhD Student, Moldova State University

Abstract: In confronting the challenges of the modern world, education is perceived as an indispensable asset to attain the ideals of peace and freedom, and an exceptional means of bringing about personal development and building relationships among individuals, groups and nations. Due to the rapid development of technology, the growing interconnections of individuals, communities and societies across the globe, the need to reinterpret old ways of thinking, doing and learning enhanced the need for continuous training and new skills. Since today's societies place challenging demands on individuals, they are confronted with complexity in many parts of their lives and careers. In these contexts, the competencies that individuals need to meet their goals have become more complex, requiring more than the mastery of certain narrowly defined skills. The present article outlines the issue of lifelong learning that has emerged as one of the major challenges for the worldwide knowledge society.

Keywords: Lifelong learning, globalization, key-competences, learning to learn competence, skils

Fenomenele complexe ca care se confruntă societatea actuală în ultimile decenii plasează educația în poziție de activitate prioritară a societății contemporane. Educaţia constituie un proces permanent, urmărind integrarea în fiecare etapă a vieţii, propunându-şi să dezvolte în individ toată perfecţionarea de care este susceptibil. Aceste deziderate reprezintă condiţia esenţială pentru înlesnirea perfecţionării continue a indivizilor, pentru schimbarea eficientă a profesiei şi pentru reconversia profesională. Articolul abordează analiza dimensiunilor conceptului integrator de educaţie permanentă, care vizează continuitatea educaţională în plan temporal, şi integralitatea cunoştinţelor, dobândite atât în manieră formală, cât şi nonformală sau informală, accentuînd complementaritatea învăţării formale, non-formale şi informale.

G. Văideanu [1] menționează două evoluții complimentare, care au plasat educația în poziție de activitate prioritară a societății contemporane. Prima constă în faptul că, progresul națiunilor, mari sau mici, în curs de dezvoltare sau dezvoltate se bazează din ce în ce mai mult pe "produsele" educației; atitudinile, capacitățile, priceperile, obișnuințele și cunoștințele au devenit tezaurul cel mai solid și mai valoros al popoarelor. Această evoluție a surprins, în primul rând, pe acei specialiști care plasau destinul colectivităților umane doar sub impactul factorilor economici.

Mult timp, se remarcă într-o lucrare de prezentare a programului UNESCO, dezvoltarea a fost concepută în multe țări pe baza unei idei mult prea simple despre relația dintre creșterea economică și progresul social, idee după care acesta ar rezulta în mod automat din creștere. Realizarea dezvoltării cerea, ca o condiție de bază să fie obținută creșterea economică, problema consecințelor acesteia și a scopurilor de ordin uman-social fiind raportată pentru o etapă ulterioară [2] .

Din astfel de căutări și erori s-au desprins unele concluzii care au pus mai bine în lumină statutul educației în societatea contemporană, și anume:

- educația face posibilă și temeinică dezvoltarea tuturor sectoarelor sociale; nu există dezvoltare fără educație; nu se pot lansa acțiuni de dezvoltare economică sau socială înainte de

[1] Văideanu, G., (1988), *Educația la frontiera dintre milenii*, București, Editura Politică, p.17-19
[2] UNESCO, (1977), *Comprendre pour agir*. L'UNESCO face aux problèmes d'aujord'hui et aux défis de demain, Paris

atingerea unor niveluri educative şi de formare a competenţelor şi a talentelor cerute de progresul dorit şi urmărit.

- omul trebuie pregătit pentru a se situa în centrul dezvoltării, pentru a acţiona ca agent, ca beneficiar şi ca scop al tuturor proceselor de dezvoltare socio-economică şi culturală.

A doua evoluţie care a contribuit la „ plasarea educaţiei în prioritate" nu poate fi separată de prima şi ea s-a impus împotriva unor ezitări sau a unor prejudecăţi. Educaţia precede şi face posibilă dezvoltarea cu condiţia de a fi adaptată trebuinţelor naţiunii respective şi exigenţelor viitorului, deci, de a fi pertinentă şi modern, şi anume : *„O educaţie călăuzită de obiective vetuste, care privilegiază asimilarea informaţiei în dauna cultivării creativităţii şi a formării atitudinilor, o educaţie care nu beneficiază de organizări moderne ale conţinuturilor şi de metode active constituie mai curând o frână a proceselor de dezvoltare decât un factor favorizant "*[3].

Astfel, în relaţia educaţie-dezvoltare nu este vorba de o succesiune dată, ci, de o ordine dezirabilă: cu cât educaţia este mai adecvată în raport cu cerinţele dezvoltării, cu atât dezvoltarea este mai temeinică, mai rapidă şi mai pertinentă în raport cu aspiraţiile omului; beneficiind de suportul educaţiei, la rându-i, dezvoltarea o sprijină favorizând inovaţiile şi eforturile de sporire a randamentului ei pedagogic. Prin funcţiile ei culturale şi socio-pedagogice, educaţia pune în valoare cea mai preţioasă energie – energia umană, furnizând un agent al dezvoltării care, prin calitatea lui, are un impact direct asupra calităţii vieţii sociale şi a productivităţii muncii în toate sectoarele de activitate.

La punerea problemei adaptării educaţiei la cerinţele dezoltării a contribuit şi raportul întitulat „*Criza mondială a educaţiei*" pregatit de Ph.Coombs pentru conferinţa internaţională organizată la Williamsburg (S.U.A.), contribuţia acestuia fiind sublinierea ideii că educaţia nu era adaptată exigenţelor unei dezvoltări accelerate şi, mai ales, susţinerii dezvoltării, la care aspirau toate naţiunile: „ *Sistemele educative s-au angajat într-un proces de expansiune fără precedent în istoria omenirii. Unde sîntem astăzi? Un prim element pentru un răspuns este furnizat de o constatare brutală şi neliniştitoare: în ciuda unei enorme expansiuni, creşterea demografică înregistrată a condus la o sporire a numărului de analfabeţi în lume.....Mai mult: pretutindeni în lume responsabilii educaţiei lansează strigăte de alarmă, semnalând simptomele unei crize mondiale a educaţiei: mutaţie, adapare, decalaj* [4] ".

De asemenea, în analiza trăsăturilor caracteristice societăţii actuale, postmoderne şi bazată esenţialmente pe cunoaştere, putem enumera [5]:

- schimbările rapide şi complexe pe toate planurile care fac viitorul improbabil, răspunsul educaţional la această situaţie fiind tendinţa de instrumentalizare a educaţiei, în sensul mutării accentului în politicile educaţionale neoliberale pe formarea deprinderilor şi a competenţelor de bază care să permită continua adaptare la „*societatea de risc*" (aşa cum o denumeşte U. Beck)[6];
- schimbările rapide în lumea muncii, ceea ce presupune că, pentru a asigura prosperitatea economică şi performanţa, este necesar să se schimbe proporţional rata şi frecvenţa cu care oamenii învaţă, deoarece observăm creşterea numărului locurilor de muncă în sectorul serviciilor.

Discursurile de politică educaţională cu privire la învăţarea de-a lungul întregii vieţi au pus accente variabile pe trei planuri, la al căror progres îşi aduce contribuţia învăţarea de-a lungul întregii vieţi: planul individual, cel democratic şi cel adaptativ.

La nivelul *individului,* învăţarea de-a lungul întregii vieţi acţionează prin sprijinul oferit acestuia de a se „elibera" de ignoranţă (prin „iluminare" - dezvoltare mai ales în plan cognitiv), de dependenţă (prin abilitarea sa), de constrângeri (prin transformarea perspectivei asupra lor, în urma

[3] Ibid.1
[4] Coombs, Ph., (1968), *La crise mondiale de l'education*, Paris, p.15-16
[5] Usher, R., (2001), *Lifelong learning in the postmodern' in D. Y. Sawano (eds) International Handbook of Lifelong Learning, 35-52.* London: Kluwer Academic Publishers.
[6] Beck, U., (1992) , *Risk Society: Towards a New Modernity*, Cambridge: Polity Press, 234p

reflecției de inadecvanță (prin dezvoltare personală) .

În *plan democratic,* învățarea de-a lungul întregii vieți își afirmă angajamentul programatic la asigurarea justiției sociale, a egalității, a dezvoltării societății prin implicare și participare democratică a cetățenilor informați, abilitați, motivați și responsabilizați în acest sens, eliberați de orice constrângeri opresive.

La *nivel adaptativ* este vorba despre un răspuns programatic la schimbarea culturală, în sensul de a asigura dezvoltarea la toate nivelurile de organizare socială (individual, organizational, național, global), prin politici și sisteme educaționale care să promoveze principiul învățării de-a lungul întregii vieți, făcând astfel posibilă adaptarea la contextul cultural în continuă schimbare.

Față de aceste considerente generale cu privire la aria de cuprindere a învățării de-a lungul întregii vieți, este important să repunctăm că învățarea de-a lungul întregii vieți este un concept integrativ, ce articulează toate demersurile educaționale ce acționează asupra individului, concept apărut ca efect al faptului că este necesară repunerea în discuție a competențelor pe care sistemul formal de educație școlară le asigură indivizilor, pentru a-i pregăti să facă față schimbărilor continue din lumea muncii, diferitelor tranziții din viață, în condițiile în care procentul celor care abandonează școala este în creștere, numărul șomerilor și al semianalfabeților funcționali este îngrijorător, iar profilurile de competențe cerute pe piața muncii sunt tot mai complexe și în continuă schimbare.

Așadar, nu este întâmplător accentul care se pune în ultima decadă pe promovarea învățării de-a lungul întregii vieți și nici eforturile care se fac pentru a o face funcțională. În 1996, OECD a lansat „Lifelong learning for all", iar, până în 2006, li se cerea tuturor statelor (cel puțin celor din Uniunea Europeană) să aibă o strategie națională coerentă cu privire la învățarea de-a lungul întregii vieți, cu obiective, structură a ofertei (care să îi cuprindă pe toți), conținut, calitate și relevanță a pregătirii, resurse alocate și strategii manageriale, roluri și responsabilități ale diferiților parteneri [7].

Succesul participării în învățarea de-a lungul întregii vieți depinde de patru aspecte: indivizi motivați să învețe continuu, echipați cu necesarele deprinderi de învățare autodirijată, care au acces la oportunități de învățare continuă, sprijiniți și de facilități financiare care să susțină această participare, putându-se din nou desprinde legăturile și condiționările dintre educația oferită în primii ani de viață și abilitatea, respectiv necesitatea de a învăța continuu.Explicitarea acestei realități educaționale se face din două perspective:

1. *politicii educaționale.* Noi concepte au fost create pentru a caracteriza mai bine schimbările educaționale necesare să se producă pentru a face față schimbărilor sociale, economice, culturale și structurale. Documentele Uniunii Europene referitoare la învățarea de-a lungul întregii vieți evidențiază aportul pe care aceasta trebuie să-l aducă atât la promovarea cetățeniei active, cât și la sporirea cuprinderii pe piața forței de munca. Dar diagnozele arată că aceste deziderate nu pot fi asigurate în instituțiile tradiționale de educație și de pregătire, cadrele instituționale și curriculare trebuind să se schimbe și să fie înlocuite de noi rețele sociale și noi medii de învățare.

Deși se subliniază că statul, piața muncii și societatea civilă trebuie să contribuie deopotrivă ia educarea adulților (să fie funcțională acea rețea a actorilor sociali anterior menționată), *relevanța economică* este cea care prevalează în politicile neoliberale referitoare la educația adulților, domeniul economic (mai ales cel privat) fiind cel care „dictează" ce competențe și deprinderi trebuie produse în sectorul public.

2. *A individului*, a dezvoltării unei pedagogii centrate pe individ, pe stimularea învățării indivizilor. Focalizarea, în această perspectivă, este de a valoriza și facilita diferite parcursuri de învățare ale indivizilor, biografia personală a fiecăruia, pentru a stimula dezvoltarea personală.

În legătură directă cu principiul educației/învățării de-a lungul întregii vieți este și sintagma *societatea educațională,* sintagmă seducătoare, cu o istorie relativ recentă , care desemnează totalitatea oportunităților educaționale construite pentru indivizi, ca răspunsuri strategice necesar să

[7] OECD. (1999). *Lifelong Learning Policy*, Paris

fie concepute și implementate la realități precum [8]:

- *schimbarea naturii și a conținutului muncii și a profesiilor,* a structurilor ocupaționale. Sunt necesare competențe tot mai complexe pentru a face față noilor solicitări de pe piața muncii, motiv pentru care accentul tinde să cadă pe achiziționarea acestor deprinderi *instrumentale, vocaționale*, în detrimentul educației generale. În paralel, durata vieții active, legată de profesie, a crescut, pensionarea fiind specifică unei vârste mai înaintate;

- *noua funcție a cunoașterii și a cunoștințelor,* care a devenit resursa-cheie a viitorului. Ideea de bază nu este de a disemina și distribui un stoc determinat de cunoștințe cât mai eficient posibil, nici nu este legată de faptul că toate sferele vieții sociale se sprijină din ce în ce mai mult pe baze științifice, ci este legată de conturarea unui fenomen care, în esență, reclamă dobândirea *metacompetenței de a „învăța cum să înveți",* cum să accesezi și să vehiculezi cunoștințele ce se înmulțesc exponențial. Cunoștințele nu mai sunt apanajul „*capitalului cultural*", așa cum îl definea P. Bourdieu, ce determina structurile și stratificările sociale, ci țin de „*capitalul cenușiu*", care generează noi economii, virtuale[9]. În societatea informațională, în care noi medii de comunicare și informare câștigă tot mai mult teren (internetul), natura „educației" și a „învățării" se schimbă dramatic, în sensul că vorbim despre *o osmoză a cunoștințelor de vehiculat,* despre un schimb permanent și continuu între acumularea individuală de cunoștințe și managementul informației;

- *disfuncționalitatea instituțiilor educaționale existente.* Cunoaștem că educația permanentă este un concept integrator, ce articulează toate formele de pregătire, atât formală, școlară, cât și non-formală și informală. Schimbarea paradigmatică ce vizează școlile se referă la mutarea accentului privind organizarea învățării: de la focalizarea pe eficiența predării, a curriculumului, a strategiilor didactice, la focalizarea pe valorificarea prerechizitelor învățării dobândite non-formal și informal, pe articularea diferitelor medii de învățare.

Așadar, problematica educațională-cheie nu se mai referă la modul în care un anumit material poate fi predat cât mai eficient posibil, ci la ce medii de învățare pot stimula cel mai bine învățarea autodeterminată a individului sau, cu alte cuvinte, la cum putem învăța *cum să învățăm,* aceasta, desigur, presupunând ca individul să fi achiziționat competențele instrumentale de bază (citit, scris, numerație, computeriale), cele sociale și emoționale și să le fi articulat cu experiența practică.

Aceste noi provocări presupun ca instituțiile educaționale să devină ele însele organizații care învață, care se supun unui proces de „autoreflecție" și își reconsideră și restructurează oferta curriculară, demarând un proces mai amplu de construire a rețelelor instituționale în comunitate, pentru a articula și valorifica mai eficient diferitele medii de învățare. De asemenea, creșterea nivelului de exigență a individului postmodern, mai avizat, mai critic față de ofertele educaționale pe care le parcurge, mai determinat în ceea ce vrea să știe și să facă,odată ce accesul la informație diversă este mai facil. Parcursurile personale sunt mult individualizate, ofertele educaționale trebuind gândite pentru a acoperi diversitatea de nevoi educaționale.

În contextul exploziei informaționale și a schimbărilor din domeniul științei și tehnologiei, dobândirea unui set de cunoștințe fundamentale prin formarea inițială nu mai poate fi privit ca suficient pentru întreaga viață socio-profesională a individului, ci are menirea de a înzestra individul cu acele cunoștințe, abilități și atitudini necesare pentru a se putea dezvolta pe parcursul întregii sale vieți.

Prin urmare, după cum indică renumitul raport *A învăța să fii* al lui Edgar Faure, „ *doar o educație permanentă globală poate produce tipul de om desavârsit de care are nevoie societatea actuală*"[10]. Mai mult, evidențiază autorul, învățarea continuă reprezintă o trasatură existentială definitorie atât pentru individ, cât si pentru organizații, iar regândirea și reformarea din temelii a

[8]Alheit, P., Dansien, B., *apud* Bron și Schemmann, (2002). *The biographical Approach in European Adult Education,* Vienna:Verband Wiener Volksbildung.
[9] Bourdieu, P., (1999). *Rațiuni practice*. București, Editura Meridiane, 221p
[10] Faure, E., (1972), *A învăța să fii,* București, Editura Didactică și Pedagogică,332p

sistemului de pregătire a tinerei generații în perspectiva învățării continue devine o provocare fundamentală în societatea contemporană.

De asemenea, Comisia Internațională a UNESCO pentru Educație în secolul XXI lansează încă din anii 1970 conceptul de „societate educativă" și „cetate educativă" și promova ideea că învatarea pe tot parcursul vieții și participarea la o societate a învățării constituie factori cheie pentru a raspunde provocărilor unei lumi care se schimbă foarte rapid și evidentiaza patru piloni ai învatarii: a învăța să știi, a învăța să faci, a învăța să fii și a învăța să traiesti împreună cu ceilalți.

Documentele Comisiei Europene sintetizează stadiul actual al problematicii generale a competențelor, într-o viziune integratoare**.** Astfel, competențele devin sistem referențial pentru programele educaționale și un principiu fundamental al politicilor educaționale.

Într-o societate bazată pe cunoaștere, competențele – cheie sub formă de cunoștințe, abilități și atitudini adecvate fiecărui context au un rol fundamental în cazul fiecărui individ.

În 2006, Parlamentul European și Consiliul Uniunii Europene au adoptat Recomandarea privind competențele-cheie pentru învățarea pe tot parcursul vieții. În recomandarea menționată, statele membre au fost invitate „să dezvolte furnizarea de competențe-cheie pentru toți ca parte a strategiilor lor de învățare pe tot parcursul vieții, inclusiv strategiile lor de realizare a alfabetizării universale" și să utilizeze „Competențele-cheie pentru învățarea pe tot parcursul vieții"[11].

Cele opt domenii sugerate de Comisia Europeană sunt: Competența de comunicare în limba maternă, comunicarea în limbi străine, domeniul de competență cheie „Matematică", **domeniul de competențe inițiativă și antreprenoriat** , competența de a învăța să înveți, conștientizare și exprimare culturală.

În accepţiunea Comisiei Europene, definiţia competenţelor - cheie este următoarea: „Competențele - cheie reprezintă un pachet transferabil şi multifuncţional de cunoştinţe, deprinderi (abilităţi) şi atitudini de care au nevoie toţi indivizii pentru împlinirea şi dezvoltarea personală, pentru incluziune socială şi inserţie profesională. Acestea trebuie dezvoltate până la finalizarea educaţiei obligatorii şi trebuie să acţioneze ca un fundament pentru învăţarea în continuare, ca parte a învăţării pe parcursul întregii vieţi".

Din această definiţie şi din analiza specificului competenţelor - cheie rezultă următoarele:

- **competenţele se definesc printr-un sistem de cunoştinţe - deprinderi (abilităţi) - atitudini;**
- **au un caracter transdisciplinar implicit;**
- **competenţele - cheie reprezintă într-un fel finalităţile educaţionale ale învăţământului obligatoriu;**
- **acestea trebuie să reprezinte baza educaţiei permanente**

De asemenea, competenţele-cheie, incluse în Recomandarea Parlamentului European şi al Consiliului Uniunii Europene, ar trebuie dobândite de: tinerii aflaţi la sfârşitul perioadei obligatorii de învăţământ şi formare; competenţele-cheie i-ar pregăti pe aceştia pentru viaţa adultă, în special pentru câmpul muncii, constituind totodată o bază pentru continuarea învăţării; adulţi pe tot parcursul vieţii, printr-un proces de dezvoltare şi actualizare a abilităţilor[12].

Prin urmare, investirea în competențele de bază a devenit mai relevantă ca niciodată. Educația de înaltă calitate, inclusiv activitățile extrașcolare și o abordare globală a dezvoltării competențelor, îmbunătățește nivelul competențelor de bază. În plus, trebuie explorate noi moduri de învățare pentru o societate care devine din ce în ce mai mobilă și mai digitală. Tehnologiile digitale au un impact asupra educației, formării și învățării prin dezvoltarea de medii de învățare mai flexibile și mai adaptate nevoilor unei societăți cu un grad ridicat de mobilitate .

[11] Recomandarea Consiliului Uniunii Europene privind competențele-cheie pentru învățarea pe tot parcursul vieții, 2006, Bruxelles
[12] Idem, 10

Ca răspuns la schimbările care au loc în societate și economie, reflectând discuțiile privind viitorul muncii și în urma consultării publice privind revizuirea Recomandării din 2006 privind competențele-cheie, reiese faptul că atât recomandarea, cât și Cadrul european de referință privind competențele-cheie pentru învățarea pe tot parcursul vieții trebuie să fie revizuite și actualizate, cu accent special pe promovarea mentalităților antreprenoriale.

Noua agendă pentru competențe în Europa a anunțat revizuirea Recomandării din 2006 privind competențele-cheie pentru învățarea pe tot parcursul vieții, recunoscând faptul că investițiile în aptitudini și competențe și într-o înțelegere comună și actualizată a competențelor-cheie reprezintă un prim pas pentru promovarea educației, formării și învățării non-formale în Europa.

Competențele-cheie, astfel cum sunt definite în cadrul de referință, vizează să pună bazele pentru realizarea unei *societăți mai democratice* și *mai echitabile*. Ele răspund nevoilor de creștere durabilă și favorabilă incluziunii, coeziune socială și dezvoltare în continuare a culturii democratice[13]. În sensul prezentei recomandări, competențele sunt definite ca o combinație între cunoștințe, aptitudini și atitudini, unde:

- *cunoștințele* sunt formate din fapte și cifre, concepte, idei și teorii deja stabilite și care sprijină înțelegerea într-un anumit domeniu sau subiect;
- *aptitudinile* sunt definite ca abilitatea și capacitatea de a desfășura procese și de a utiliza cunoștințele existente pentru obținerea de rezultate;
- *atitudinile* descriu dispoziția și mentalitatea de *a acționa* sau de *a reacționa* la idei, persoane sau situații.

Astfel, Cadrul de referință 2018 stabilește opt competențe-cheie, și anume : competențe de alfabetizare, competențe multilingvistice, competențe în domeniul științei, tehnologiei, ingineriei și matematicii, competențe digitale, competențe personale, sociale și de a învăța să înveți, competențe cetățenești; competențe antreprenoriale, competențe de sensibilizare și expresie culturală [14].

De asemenea, competențele-cheie sunt acele competențe de care au nevoie toți cetățenii pentru împlinirea și dezvoltarea personală, ocuparea unui loc de muncă, incluziune socială, un stil de viață durabil, o viață de succes în cadrul unor societăți pașnice, o gestionare a vieții care ține seama de aspecte legate de sănătate și cetățenie activă. Acestea sunt dezvoltate *în perspectiva învățării pe tot parcursul vieții,* începând din copilăria mică și pe tot parcursul vieții adulte, prin intermediul învățării formale, nonformale și informale, în toate contextele, inclusiv familie, școală, locul de muncă, vecinătate și alte comunități**.**

Toate competențele-cheie sunt considerate la fel de importante; fiecare dintre acestea contribuie la o viață de succes în societate. Competențele pot fi aplicate în diferite contexte și în diferite combinații. Ele se suprapun și se întrepătrund; aspectele esențiale dintr-un domeniu pot sprijini competențele dintr-un alt domeniu.

În economia bazată pe cunoaștere, memorarea de date concrete și proceduri este esențială, însă nu și suficientă pentru înregistrarea de progrese și succese. Aptitudinile, cum ar fi soluționarea problemelor, gândirea critică, capacitatea de a coopera, creativitatea, gândirea computațională sau autoreglarea, sunt mai esențiale decât oricând în contextul societății noastre aflate în schimbare rapidă. Acestea sunt instrumentele prin care cele învățate sunt puse în practică în timp real pentru a genera noi idei, noi teorii, noi produse și noi cunoștințe.

Din aceste considerente, conchidem idea că, pentru a face față provocărilor lumii contemporane, oamenii trebuie să învețe continuu, în mod adecvat, rapid și eficient, inovativ, valorificându-și la maxim potențialul de care dispun. Pentru a fi capabili să facă față acestei modernități diferite, indivizii au nevoie de structuri de competențe pentru complet noi și flexibile, care pot fi stabilite și dezvoltate doar în cadrul proceselor de învățare continuă. Într-o lume din ce în ce mai interdependentă, indivizii trebuie să fie capabili să utilizeze un larg evantai de instrumente

[13] ***Recomandarea Consiliului Uniunii Europene privind competențele-cheie pentru învățareape tot parcursul vieții, 2018, 189/01, Bruxelles***

[14] Recomandarea Consiliului Uniunii Europene privind competențele-cheie pentru învățarea pe tot parcursul vieții, 2018, Bruxelles

pentru a intra în interacţiune cu mediul, să se angajeze în relaţii cu ceilalţi şi să fie capabili să interacţioneze în grupuri eterogene, precum şi să poată să-şi asume responsabilităţi pentru a-şi gestiona viaţa, să se situeze într-un context social mai vast şi să acţioneze în mod autonom.

În contextul cerințelor epistemologice și pedagogice impuse de paradigma curriculumului, educația permanentă reprezintă o direcție principală de evoluție a activității de formare-dezvoltare a personalității afirmată în mod special, în societatea postmodernă . De asemenea, educația/învățarea de-a lungul întregii vieți este o nouă realitate educațională, apărută din necesitatea de a face față provocărilor societății actuale, bazate pe cunoaștere. Competențele-cheie sunt acele competențe de care au nevoie toți cetățenii pentru împlinirea și dezvoltarea personală, ocuparea unui loc de muncă, incluziune socială, un stil de viață durabil, o viață de succes în cadrul unor societăți pașnice, o gestionare a vieții care ține seama de aspecte legate de sănătate și cetățenie activă. Acestea sunt dezvoltate în perspectiva învățării pe tot parcursul vieții, începând din copilăria mică și pe tot parcursul vieții adulte, prin intermediul învățării formale, nonformale și informale, în toate contextele, inclusiv familie, școală, locul de muncă, vecinătate și alte comunități.

BIBLIOGRAPHY

1. Văideanu, G., (1988), *Educația la frontiera dintre milenii*, București, Editura Politică, 326p.
2. Coombs, Ph., (1968), *La crise mondiale de l'education*, Paris, 374p.
3. Usher, R., (2001), *Lifelong learning in the postmodern' in D. Y. Sawano (eds) International Handbook of Lifelong Learning, 35-52*. London: Kluwer Academic Publishers.
4. Beck, U., (1992) , *Risk Society: Towards a New Modernity*, Cambridge: Polity Press, 234p
5. Alheit, P., Dansien, B., *apud* Bron și Schemmann, (2002). *The biographical Approach in European Adult Education,* Vienna:Verband Wiener Volksbildung.
6. Bourdieu, P., (1999). *Raţiuni practice*. București, Editura Meridiane, 221p.
7. Faure, E., (1972), *A învăța să fii,* București, Editura Didactică și Pedagogică,332p.
8. OECD. (1999). *Lifelong Learning Policy*, Paris.
9. UNESCO, (1977), *Comprendre pour agir*. L'UNESCO face aux problèmes d'aujord'hui et aux défis de demain, Paris.
10. ***Recomandarea Consiliului Uniunii Europene privind competențele-cheie pentru învățarea pe tot parcursul vieții, 2006, Bruxelles.***
11. ***Recomandarea Consiliului Uniunii Europene privind competențele-cheie pentru învățareape tot parcursul vieții, 2018, 189/01, Bruxelles.***

REASONS FOR USING INFORMATIC TEACHING MEANS FOR TECHNOLOGICAL VOCATIONAL EDUCATION

Lucica Croitoru
PhD Student

Abstract: Teaching the Romanian language and literature in the professional technological education presents, today, some challenges. One of them is due to the lack of textbooks adapted to this level of education. Teachers of Romanian language and literature has use textbooks for high school, with exercises and learning situations proposed for students who will complete ISCED level 4. But the students from the technological vocational education come, most of the times, with a minimal baggage of knowledge, with gaps regarding the understanding of the texts, the expression and argumentation of their own opinion, the written and oral expression correct. And then, from the didactic experience, we discovered that it is useful to use digital didactic means, which facilitates the access to information, stimulates the increase of interest and motivation intrinsic to learning, if used in appropriate learning contexts. In this way, we can also respond to the individual needs of training and development of students' skills and competences of Romanian language and literature.

Keywords: language, literature, digital, vocational, techonological

Aşa cum observăm zilnic, mijloacele audio-vizuale şi digitale au luat amploare în ceea ce priveşte difuzarea informaţiilor educaţionale şi a culturii, sau chiar aspecte ale vieţii cotidiene, astfel încât, a citi o carte, a utiliza doar manualele sau auxiliarele curriculare pentru a învăţa, a devenit aproape o corvoadă lipsită de atractivitate pentru elevi.

Dr. Pislari Stela şi Babici Rodica, referindu-se la utilizarea internetului de către adolescenţi, spun: „Informatizarea, internetul, noile tehnologii, sunt platforme care de acum vor servi la educarea preadolescenţilor, la <<formatarea>> lor. În niciun moment, părinţii nu se gândesc că jocurile video pot fi nişte aliaţi în educarea copilului lor, adică nişte surse de cunoaştere, de bogăţie, de învăţăminte. Domeniul educaţiei trece prin schimbări radicale care vizează reorganizarea infrastructurii existente ale viitoarelor medii de învăţare”.[1] Ţinând cont de aceste aspecte şi de faptul că elevii înscrişi în învăţământul profesional sunt practic, viitori muncitori calificaţi, care trebuie să folosească noile tehnologii, nu numai în ceea ce priveşte comunicarea, informarea, ci şi în domeniul profesional, utilizarea în procesul de învăţământ a mijloacelor digitale este cu atât mai necesară.

Atunci când se înscrie în învăţământul profesional, elevul ar trebui să deţină şi să stăpânească în mare parte competenţele de scris şi citit, să aibă formată capacitatea de a înţelege un text scris sau audiat, de a-şi exprima opinia în privinţa valorii textului citit/audiat, să îşi exprime părerea personală în legătură cu un text citit/audiat sau un fapt relatat. Şi totuşi, statisticile din România şi experienţa la catedră arată că acest lucru nu se întâmplă, cel puţin în ceea ce îi priveşte pe elevii din învăţământul profesional şi tehnic. De cele mai multe ori, elevii care se înscriu în învăţământul profesional nu susţin Evaluarea Naţională.

În acest caz, datoria morală şi legitimă a profesorilor este să încerce să reducă pierderile pe care le are elevul şi decalajele ce apar între el şi colegii săi din liceele teoretice, spre exemplu. Iar acest lucru se poate realiza utilizând mijloace didactice didactice digitale, deoarece elevii sunt atraşi

[1] Pislari, S., Babici, R., Dependența de internet la preadolescenți, în Journal of Psychology, Special Pedagogy, Social Work, vol. 53, p.68, accesat pe http://psihologie.upsc.md;

de această lume tehnologizată, folosesc telefonul la orice pas şi în orice moment al vieţii lor, precum şi calculatorul.

Formarea deprinderilor şi abilităţilor relevante pentru studiul individual, de muncă independentă a elevilor, a abilității de a gândi critic şi creator, de a rezolva personal sau prin conlucrare managerială diversitatea de probleme cu care are de a face în perioada şcolară, devine un deziderat al învățământului modern actual, care poate fi realizat prin integrarea mijloacelor didactice digitale în studiul limbii şi literaturii române.

Mijloacele digitale de învăţământ, prin valenţele lor pedagogice, îi ajută pe elevi, pe lângă contactul cu tehnologia, să conştientizeze şi să înţeleagă cunoştinţele ce trebuie integrate în sistemul propriu, dar duce şi la creşterea motivaţiei intrinseci pentru învăţare. Mijloacele didactice digitale apelează la diverse stiluri de învăţare, solicită în acelaşi timp diverse canale de percepţie senzorială, oferind diversitate şi complexitate informaţională, ceea ce ajută elevul să îşi dezvolte competenţele şi abilităţile de învăţare.

Integrarea mijloacelor didactice digitale în procesul de predare – învăţare – evaluare, este o problemă a învăţământului modern, având în vedere permanenta evoluţie a tehnologiei, diversitatea de platforme şi aplicaţii pe care le putem utiliza.

Integrarea cu succes a TIC în activitatea didactică face parte din evoluţia naturală a învăţării şi este o oportunitate de a integra ultimele descoperiri tehnologice cu interacţiunea şi implicarea oferite de modul tradiţional de cunoaştere. Studii recente (2009) relevă că ariile prioritare susţinute de TIC sunt: matematica (87%), limba engleză (77%) ştiinţele (62%). (Harnessing Technology Review, 2008)[2] .

Deşi există numeroase articole pe această temă, o cercetare specializată pe un anumit nivel de învăţământ şi disciplină, nu a putu fi identificată, cu atât mai puţin una exhaustivă, aplicată la nivelul învățământului profesional. Problematica mijloacelor de învăţământ este tratată de numeroşi giganţi ai pedagogiei româneşti şi nu numai, precum C. Cucoş în „Pedagogie generală” (2003), S. Cristea în „Teoria şi praxiologia cercetării” (2016), G. de Landshere şi alţii.

Acestea sunt relevante, însă modul de abordare este general.

După C. Cucoş (Cucoş 2003), mijloacele de învăţământ pot fi grupate în:

- „Mijloace de învăţământ ce cuprind mesajul didactic: obiecte naturale, originale – animale vii sau conservate, ierbare, insectare, diorame, acvarii, hărţi, planşe, albume, mijloace tehnice audiovizuale (dispozitive, filme, suporturi audio şi/sau video);
- Mijloace de învăţământ care facilitează trasmiterea mesajelor didactice: instrumente, aparate şi instalţii de laborator, echipamente tehnice pentru ateliere, instrumente muzicale şi aparate sportive; calculatoare şi echipamente computerizate; jocuri didactice obiectuale, electrotehnice sau electronice”.[3]

În conformitate cu noile orientări în educaţie, cu interesul şi preocupările elevilor, cu dezvoltarea tehnologiei, „cadrele didactice trebuie să dispună de strategii şi mijloace care să le formeze elevilor priceperi, abilități, competențe. Calculatorul oferă profesorilor posibilitatea de a-şi organiza şi reprezenta materialele informative în funcţie de inteligenţa dominantă a elevilor, particularizând astfel actul de învăţare, la cunoaşterimultiple, în sistemul complex al învăţării. Elevii care au ca dominantă inteligenţa spaţial – vizuală beneficiază de avantaje precum imagini, scheme, diagrame, histograme, pe care calculatorul le poate oferi.”[4] Elena Ştefan considera ca, prin utilizarea tehnologiilor informaţionale, procesul instructiv – educativ, din perspectiva cadrului didactic, va fi caracterizat de:

„- Asigurarea unui climat stimulativ;
- Promovarea unor relaţii democratice;

[2] „The role of technology and its impact on education”, Harnessing Technology Review, Full report, BECTA, November 2008, Coventry, UK, pp . 34-104, www.becta.org.uk

[3] Cucoş, C., “Pedagogie general”, în Filozofie şi ştiinţe politice, IDP, 2003, vol. V;

[4] Ştefan, E., G., Utilizarea tehnologiilor informaţionale în dezvoltarea competenţelor cadrelor didactice, în Revista de ştiinţe socioumane a Universităţii Pedagogice Ion Creangă din Chişinău, nr. 2 (42), 2019, p. 95;

- Interes pentru cooperare;
- Păstrarea unui echilibru între exigență și indulgență;
- Accentuarea dominantei afective (prin implicarea mai multor receptori);
- Stimularea participării și comunicării deschise;
- Angajarea activă a elevilor în procesul de predare - învățare" (ibid. p.99)

Predarea limbii și literaturii române în învățământul profesional tehnologic prezintă, în ziua de azi, unele provocări. Una dintre ele, se datorează lipsei manualelor adaptate acestui nivel de învățământ. Profesorii de limba și literatura română trebuie să folosească manualele pentru învățământul liceal, cu exercițiile și situațiile de învățare propuse pentru elevi ce vor finaliza nivelul 4 ISCED. Dar elevii din învățământul profesional tehnologic vin, de cele mai multe ori, cu un bagaj minimal de cunoștințe, cu lacune în ceea ce privește înțelegerea textelor, exprimarea și argumentarea propriei opinii, exprimarea scrisă și orală corectă. Și atunci, din experiența didactică, am descoperit că este util să folosim mijloace didactice digitale, care facilitează accesul la informație, stimulează creșterea interesului și motivației intrinseci pentru învățare, dacă sunt folosite în contexte de învățare adecvate. În acest fel, putem raspunde și nevoilor individuale de formare și dezvoltare a abilităților și competențelor de limba și literatura română ale elevilor.

Este dovedit faptul că, un profesor de limba și literatura română, dacă dorește ca elevii săi nu doar să parcurgă programa, ci și să acumuleze cunoștințe, să își formeze și dezvolte abilități și competențe, trebuie să adapteze conținuturile învățării și situațiile de învățare pentru a răspunde nevoilor de grup și individuale ale elevilor. Dar această activitate este una consumatoare de timp și atunci, se apelează tot mai mult la internet. Există numeroase platforme (cea mai cunoscută din România este www.didactic.ro, iar pentru învățământul profesional și tehnic – www.eprofu.ro) care oferă modele de teste, proiecte de lecție, prezentări PPT. Profesorul de limba și literatura română nu are nimic altceva de făcut decât să aleagă dintre acestea ceea ce consideră adecvat pentru elevii săi.

Însă, testele, informația printată, în general, a devenit plictisitoare pentru elevi. Într-o perioadă în care ei folosesc rețelele de socializare zilnic pentru a comunica cu prietenii, calculatoarele și alte device-uri gen Xbox, Playstation pentru jocuri, a le da informație scrisă, nu prezintă niciun interes și atractivitate pentru ei. În acest caz, soluția este să ne adaptăm procesul de predare - învățare – evaluare, actul educativ în sine, la particularitățile elevilor noștri. Acest lucru se poate reliza utilizând mjloace didactice digitale.

Mulți dintre noi, folosim la acest moment, prezentările Power Point în lecțiile de predare, sau filmulețele educative. Pentru evaluare, sunt folosite aplicații/platforme precum Kahoot. La clasele primare se folosesc demult, manualele digitale. Mai nou, se folosesc aplicații precum Plickers, GooseChase sau platforme precum Adservio si Kubbu.

Putem extrapola concluziile prezentate de d-na lector universitar Tatiana Veverița în articolul „Utilizarea tehnicii Web Quest pentru dezvoltarea abilităților de comunicare", care, considerând că utilizarea mijloacelor digitale în general, pot contribui la îmbunătățirea și dezvoltarea de abilități, și la elevii din învățământul profesional – cu exemple în ceea ce privește mecanicii auto – cărora, prin utilizarea în procesul instructiv-educativ a mijloacelor digitale, li se dezvoltă abilități precum:

- căutarea avansată a informației (și mecanicii auto trebuie să se pună la curent și să cunoască noile tehnologii);
- separarea informației principale de cea secundară (când mecanicul stabilește defectul autoturismului, și folosește softuri pentru diagnosticare, trebuie să separe informațiile oferite de soft care sunt utile pentru reparații, de cele ce nu sunt);
- evidențierea faptelor, argumentelor în conformitate cu întrebarea, problema prezentată (clientul trebuie să înțeleagă care este defectul ce trebuie remediat și să i se argumenteze necesitatea realizării operațiunilor de remediere);
- exprimarea și argumentarea punctului de vedere propriu (în relațiile cu clienții sau angajatorul);

- evaluarea acțiunilor și caracterizarea personajelor, faptelor, evenimentelor (mecanicul trebuie să explice clientului care este defectul ce trebuie remediat pe înțelesul acestuia, succint, fără detalii inutile);

- participarea la conversații/discuții (există situații în care agenții economici se pot constitui în asociații, iar în acest caz, discuțiile, conversațiile pe teme de mecanică sunt constructive);

- solicitarea și partajarea informației (modificările tehnologice și noile descoperiri în domeniul mecanicii sunt permanente, de aceea, informația trebuie partajată, iar în cazul în care aceasta nu ajunge la doritori, trebuie solicitată).

În concluzie, există suficiente repere, fundamente, care să ne convingă de faptul că mijloacele digitale pot fi benefice în învățământul profesional, cel puțin utilizarea lor în orele de limba și literatura română, ajutând la dezvoltarea de competențe și abilități integrării absolvenților în mod constructiv pe piața muncii,.

BIBLIOGRAPHY

Bordan, V., Rolul competenţelor digitale şi a metodelor active în predarea matematicii, în: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/93_99_Rolul%20competentelor%20digitale%20si%20a%20metodelor%20active%20in%20predarea%20Matematicii.pdf

Capazisu, S., S., (2016), Metodele didactice utilizate în predarea – învăţarea biologiei. Integrarea mijloacelor audio-vizuale în predarea – învăţarea biologiei, în: https://manageulpsslatina.files.wordpress.com/2014/12/capisizu-simona_ghid-metodic_metode-didactice-utilizate-in-predarea-invatarea-bilogiei-integrarea-mijloacelor-audio-vizuale-in-predarea-invatarea-biologiei.pdf

Ciolan, L..(2008). *Învăţarea integrată – fundamente pentru un curriculum transdisciplinar*. Iaşi: Ed. Polirom.

Cucoș, C., "Pedagogie general", în Filozofie și științe politice, IDP, 2003, vol. V

Eurydice/CEDEFOP. (2015). *Combaterea părăsirii timpurii a sistemelor de educație și formare profesională în Europa: Strategii, Politici și Măsuri. Volumul I, prelucrarea datelor furnizate de testele PISA- 2015*.preluat la data de 12.03.2018 de la adresa http://www.editura.ubbcluj.ro/bd/ebooks/pdf/2386.pdf?fbclid=IwAR2B3xcgv1p8hatUn027mzBBIfZS8Y3NCHs34Z-nKZtru2ZFAfycxfAHhuM

Pislari, S., Babici, R., Dependența de internet la preadolescenți, în Journal of Psychology, Special Pedagogy, Social Work, vol. 53, p.68, accesat pe http://psihologie.upsc.md.

Șandru, D., Lambrinoc, L., Vîlciu, M., Integrarea noilor tehnologii în activitatea didactică, în: http://www.sinuc.utilajutcb.ro/SINUC-2013/SECTIA--IV/IV-10.pdf

Ștefan, E., G., Utilizarea tehnologiilor informaționale în dezvoltarea competențelor cadrelor didactice, în Revista de științe socioumane a Universității Pedagogice Ion Creangă din Chișinău, nr. 2 (42), 2019

„The role of technology and its impact on education", Harnessing Technology Review, Full report, BECTA, November 2008, Coventry, UK, pp . 34-104, www.becta.org.uk

https://edict.ro/integrarea-tehnologiilor-multimedia-in-procesul-instructiv-educativ/

http://www.elearning.ro/a-fi-profesor-in-era-digitala

THE INDUSTRY OF DIGITAL RADIO – A CASE STUDY: RADIO DIGITALIZATION IN NORWAY

Camelia-Alexandra Boierean
PhD Student, "Babeș-Bolyai" University of Cluj-Napoca

Abstract: The paper proposes a research on the process of replacing the classical radio broadcast (analog) with the digital one, with a focus on Norway, the first country in the world to make this change in 2017. We propose to find out what were the steps, the costs, the technical or human needs, but also what were the possible changes in radio production that occurred after digitization. Also, we will try to we see the advantages of the digital radio, to the detriment of the analogue one.

Keywords: digital radio, digital radio, analogue radio, digital media, Digital radio, digitization of the radio, analog radio, digital media

Radioul analogic

Radioul este considerat de foarte mulți ani unul dintre cele mai rapide și profitabile metode de transmitere a informațiilor, atât pentru radioascultători, cât și pentru radiodifuzori. Foarte concis, prin radioul clasic, analogic, acela pe care îl cunoaștem cu toții dintotdeauna, se înțelege emiterea de informații pe calea undelor, distribuite de către un furnizor (emițătorul, adică postul de radio propriu-zis), pentru a fi preluate de către un ascultător (receptorul, adică publicul radiofonic) (Devlin, 2019).

Radioul analogic „este caracterizat de un set predefinit de standarde de transmisie pentru AM (modulație în amplitudine) și radiodifuziune terestră FM (modulație în frecvență) la nivel mondial" (Bălan, 2003).

În zilele noastre, radioul nu mai reprezintă doar acel mijloc clasic de comunicare în masă, în sensul în care astăzi există numeroase posibilități de a asculta radioul, pe lângă aceea clasică (apăsarea sau rotirea unui buton într-o direcție, pentru a găsi frecvența dorită). Radioul s-a reinventat ca urmare a dezvoltării continue a tehnologiei, după cum consideră specialiștii, prin apariția internetului și a streaming-ului radio online, care permite utilizatorilor să asculte radioul prin utilizarea computerelor sau a laptopurilor ori tabletelor, dar și prin aparația podcasting-ului. Modelul tradițional al radioului a evoluat mult în timp, prin facilitățile amintite mai sus, însă ulterior dezvoltarea unor interese economice diferite și noi au dus la o serie largă de standarde de transmisie, între care cel mai cunoscut este DAB (Digital Audio Broadcasting). (Devlin, 2019).

Pentru a putea rămâne la fel de popular în rândul publicului, radioul va trebui să adopte noi mijloace de difuzare a conținutului, inclusiv terestre, prin satelit și prin cablu, și va trebui să aducă o mare plus valoare odată cu trecerea timpului și dezvoltarea continuă a tehnologiei, pentru a satisface nevoile unui public aflat într-o continuă căutare de nou, de inovație, de tehnologie (Przemysław & Jacek, 2016).

Totuși, inovația pe piața radiofonică inovația pare că se face într-un ritm mult mai lent decât în cazul celorlalte tipuri de media, consideră Beaumont, care arată că, în cazul televizoarelor, avem anual lansări de noi produse, care promit imagini din ce în ce mai clare și caracteristici noi extrem de convingătoare, însă în cazul aparatelor de recepție radiofonică – fie că vorbim de cele clasice ori de cele noi, digitale, lucrurile stau la fel, în sensul în care aparatele de recepție radiofonică fac exact același lucru – adică ne oferă posiblitatea de a asculta radioul, un serviciu gratuit, la îndemâna oricui și atât (Beaumont, 2008).

Practic, la o analiză subiectivă, putem observa clar că nu există anual lansări de noi aparate de recepție radiofonică, pe motiv că nu există noutăți precise pe care producătorii de astfel de aparate să le aducă publicului, astfel că radioascultăorii păstrează aceleași aparate de recepție radiofonică pentru o perioadă destul de lungă de timp, până la uzare sau la o dorință pur și simplu personală de schimbare a aparatului de recepție.

De aceea, Beaumont consideră că motivația unei tranziții de la analog la digital trebuie să fie una extrem de puternică, pentru că altfel investiția într-un aparat de recepție radiofonică digitală (n.r.: în cazul unei tranziții de la emisia analogică la cea digitală aparatele de recepție radiofonică ar trebui automat înlocuite cu unele digitale) ar fi una care s-ar preta. Totodată, radioul digital trebuie să vină cu noi caracteristici ale producției radiofonice, servicii mai bune, mai profesioniste, să aducă noi beneficii radioascultătorilor, pentru a-i convinge pe aceștia că o investiție într-un astfel de aparat de recepție, ale cărui prețuri încep de la 50 de euro, este una este rentabilă și la oferă avantaje de care înainte nu aveau parte (Beaumont, 2008).

Termenul de radiodifuziune a fost introdus în anul 1920 și se referă la **utilizarea amplitudinii în modulare** (sau a modulației în amplitudine – pe scurt AM), pentru transmiterea semnalelor audio prin intermediul undelor/benzilor medii (MV) sau a undelor/benzilor largi (LW). Termenul de **modulație în frecvență (FM)** a apărut pentru prima dată în anii 1940 și se referă la modularea frecvenței unui semnal prin păstrarea constantă a amplitudinii acestuia. Atunci când frecvența este modulată, muzica sau vocea (mesajul audio transmis în sine) prin frecvența purtătoare vine, în final, cu efectul îmbunătățirii fidelității semnalului radio (Bălan, 2003).

Standardul de emisie AM este unul dintre cele mai ample forme de radiodifuziune și se referă la un semnal purtător al cărui modulație este variată de amplitudinea sa. Este unul dintre cele mai vechi tipuri de transmisie radiofonică și este o metodă utilizată atât în radiodifuziune, cât și în aviație, datorită capacității extraordinare de receptare a semnalului chiar și în situații mai puțin favorabile, în care există probleme în privința calității semnalului. Acest tip de semnal are un avantaj important – poate fi transmis pe distanțe mari, chiar și în condiții mai slabe privind calitatea sunetului – însă poate suferi anumite interferențe, atunci când e vorba de distanțe mari, din cauza utilizării lărgimii de bandă îngustă și a aglomerării inevitabile a benzii AM. În anumite cazuri, calitatea sunetului poate să nu fie cea mai înaltă, iar acoperirea poate să difere în funcție de sezon și de ora din zi (Adam, 2008).

Radioul digital

Radioul digital este cunoscut în zilele noastre sub numele generic de DAB, prescurtare a Digital Audio Broadcasting. Sistemul de emisie DAB a fost dezvoltat în anii 1990 de către Eureka 147 și este un sistem inovativ și universal, menit să înlocuiască emisia clasică AM sau FM în mai multe părți ale lumii, în viitor. La rândul său, sistemul Eureka 147 DAB „A fost dezvoltat în anii 1980 de un consorțiu european compus din radiodifuzori, producători, furnizori de rețele și institute de cercetare. Scopul principal este de a furniza servicii de transmisie audio și date digitale de înaltă calitate.” (Przemysław & Jacek, 2016).

Sistemul Eureka 147, cunoscut ca fiind și primul tip de emisie radiofonică despre care s-a discutat, funcționează prin utilizarea spectrului în afara benzilor de emisie AM și FM, prin crearea unei platforme noi, practic, pentru transmisia digitală. DAB însă a avut mai degrabă susținerea unor emițători din mai multe țări, fiind considerat mai potrivit, datorită calităților superioare pe care le promitea (Anderson, 2013).

La momentul introducerii termenului de DAB și a lansării acestui tip de emisie radiofonică, undeva în jurul anilor 1995, experții și profesioniștii domeniului se așteptau ca acest tip de emisie să o înlocuiască într-un termen relativ scurt pe cea clasică, analogică, printr-o așa-numită tranziție de la analog la digital, care urma să se facă într-un mod nu foarte complicat (Kozamernik, 1995).

Atunci când vorbim despre DAB (Digital Audio Broadcasting), ar trebui să înțelegem foarte clar că este vorba atât despre o digitalizare a producției radiofonice, cât și despre o digitalizare a distribuției propriu-zise a radioului. Despre digitalizarea producției radiofonice se vorbește încă din anii 1990, de pe vremea când „ingredientele radioului erau înregistrarea, editarea, mixarea, stocarea

și derularea înapoi, pe echipamentele analog". Practic, se utiliza bandă magnetică, iar procesul de editare se realiza prin tăierea manuală a acesteia. Astăzi, firește, toate aceste operațiuni sunt înlocuite de calculatoare performante și programe special dedicate acestui scop (Hendy, 2000).

Producția radiofonică digitală aduce beneficii precum metode facile de editare audio (sunetul perturbat poate fi eliminat ușor, șters la nevoie, utilizând un instrument special, disponibil prin programe dedicate editării audio, editarea și mixarea sunetelor este mult mai precisă decât în cazul radioului analogic, editările sunt mult mai ușor vizibile pe ecran și mult mai simplu de realizat, cu sugestii afișate). De asemenea, un avantaj foarte important pentru editorii audio este acela că, în situația în care doresc să revină la o versiune mai veche a fișierului audio editat, chiar dacă în timpul editării salvează noul fișier, pot reveni printr-un buton special de „Undo" la o versiune mai veche (pot alege una din mai multe versiuni mai vechi pe care doresc să o restabilească) (Dunaway, 2000).

DAB este un sistem de emisie foarte robust și foarte potrivit pentru recepția pe telefonul mobil, cu o arie de acoperire extinsă, și este foarte eficient în privința utilizării frecvențelor (Hoeg & Bach, 2003).

Totodată, pe lângă calitatea sunetului difuzat, DAB este capabil să transmită programe combinate cu diferite servicii, cum sunt datele despre vreme, fotografii etc. Aparatul de recepție radiofonică digitală „arată mai degrabă ca un pachet de televiziune portabil, cu un ecran care afișează text și grafice transmise pe toată durata unui program". Totodată, sistemul DAB oferă utilizatorilor posibilitatea de a accesa informații despre trafic, prin servicii de navigare speciale, care sunt menite să permită șoferilor evitarea ambuteiajelor, date despre vreme, burse de valori, programul radiofonic ascultat, cuprinzând inclusive numele soliștilor care interpretează o melodie într-un anumit moment dat și, desigur, numele acesteia. Cel mai important, semnalul este „solid ca o piatră" și nu necesită niciodată reîntoarcerea la zona de emisie (Boyd, 1997).

De asemenea, DAB aduce avantaje precum o calitate notabilă a transmisiei radiofonice, recepție stabilă a sunetului, fără perturbații, fără momente de pauză, recepție stabilă inclusiv în cazul dispozitivelor mobile (cum este, de pildă, telefonul mobil sau tableta), receptoare radio ușor de utilizat, cu funcții și servicii noi, performante (Gilski et al., 2017).

Sistemul de emisie DAB are avantaje importante în privința eficienței de utilizare a spectrului radio, în sensul în care, nefiind un sistem de emisie „în bandă", DAB necesită propriul său spațiu pe spectrul radio, nefiind capabil să funcționeze împreună cu alte servicii analogice, precum emisia FM sau AM (Freyens, 2012).

Cu toate acestea, utilizarea spectrului radiofonic se face într-un mod mult mai eficient în cazul DAB, decât în cazul celorlalte tipuri de emisii, lucru care este extrem de important, întrucât, în cazul utilizării ineficiente și dezorganizate a spectrului, acesta poate deveni aglomerat și, ulterior, inaccesibil. Se vorbește foarte des despre termenul de liberalizare a spectrului, care ar însemna gestionarea lui și de către utilizatorii privați, ceea ce ar putea duce, pe termen lung, la imposibilitatea accesării lui de către utilizatorii non-comerciali (Bohlin et al., 2006).

Pe lângă DAB mai există și DRM (Digital Radio Mondiale), sistemul de emisie digitală care înlocuiește emisia AM, dacă DAB o înlocuiește pe cea FM. DAB și DRM utilizează același sistem de codare audio și operează ambele cu rețele de frecvență unică, cu scopul de a oferi servicii de calitate ridicată, cu un nivel scăzut al costurilor de transmisie. Freyens consideră că cele două tipuri de emisie care sunt menite să înlocuiască clasicele FM și AM sunt departe de a fi înlocuitori perfecți, pe motiv că diferă semnificativ modul în care cele două operează, diferă piețele pe care le țintesc și costul de producție pentru fiecare echipamente. Totuși, autorul arată că cele două sisteme de emisie digitală se completează reciproc foarte bine (Freyens, Pierre, 2012).

DAB a fost introdus ca un răspuns la o piață aflată în căutarea unor noi oportunități, bazat pe un impas tot mai mare între țări interesate de adoptarea unui nou sistem de emisie. Adoptarea DAB a fost văzută ca o strategie de tip câștig-câștig pentru țările fără rețele DAB prestabilite sau cu astfel de rețele limitate, cum sunt Australia și Elveția (Herrmann et. All, 2007).

Sistemul de emisie DAB vine cu numeroase avantaje față de sistemul clasic de emisie AM sau FM, între care cel mai mare avantaj este acela că sunetul este unul net superior atunci când vorbim despre emisia DAB, față de celelalte două tipuri (Przemysław & Jacek, 2016).

De asemenea, un alt avantaj important al DAB este acela care ține de eficiența utilizării spectrului radio. De pildă, un singur post de radio cu emisie FM ocupă un loc de 250 kHz, iar în cazul DAB 12 până la 15 posturi de radio pot fi plasate într-un bloc de 1,5 kHz, astfel că spectrul radio este utilizat mult mai eficient (Palmer et al., 2011).

Pe lângă calitatea superioară a sunetului, DAB vine și cu câteva avantaje suplimentare, precum servicii de date asociate sub formă de text, imagini statice sau chiar video, care oferă radioascultătorului informații despre muzica difuzată, versurile acesteia, titlul melodiei, numele celui care o cântă, albumul etc., dar și știri și evenimente viitoare, prognoză meteo, informații despre trafic ori cotații bursiere și, nu în ultimul rând, campanii de vânzări și diferite anunțuri (Przemysław & Jacek, 2016).

Aparatele de recepție radiofonică digitală permit întreruperea și derularea înapoi a programelor radiofonice LIVE și permit, totodată, înregistrarea programelor preferate pe un card de memorie, astfel încât radioascultătorul să poată reveni oricând asupra programului radiofoonic preferat (Western Daily Press, 2007).

Începând din anul 2016, unele mașini vândute vin dotate cu aparate de recepție radiofonică digitale, care au funcții speciale precum Bluetooth sau handsfree. Totuși, în cazul mașinilor vechi, dotate cu aparate de recepție radiofonică clasice, există alte opțiuni de ascultare a radioului digital, precum utilizarea unui adaptor ce se atașează direct tabloului de bord al mașinii, astfel încât să permită proprietarului să redea radio digital direct de pe vechiul aparat de recepție. De asemenea, o altă opțiune, care însă nu este la fel de confortabilă precum prima, este aceea de conectare a smartphone-ului printr-un cablu USB la mașină, utilizarea unei conexiuni de tip AUX și pornirea/ascultarea radioului direct de pe telefonul mobil. Totodată, se poate folosi Bluetooth-ul, dacă mașina este dotată cu această funcție, pentru redarea digitală. Desigur, metoda cea mai recomandată este înlocuirea sistemului de emisie/aparatului de recepție cu care este dotată mașina cu unul nou, digital, însă acest lucru aduce cu sine, firește, costuri mai mari pentru proprietarii mașinilor (getdigitalradio.com).

De asemenea, aparatele de recepție digitală au un afișaj LCD care oferă informațiile despre postul de radio pe care te afli, muzica difuzată (numele melodiei și al solistului) și, uneori, ce va urma să fie difuzat pe radio. Totodată, aparatele de recepție digitală beneficiază de servicii de căutare automată a posturilor și de sortare a acestora în funcție de nume (în ordine alfabetică), astfel că problema frecvențelor dispare – nu va mai fi deci nevoie să ținem minte frecvența unui anumit post de radio preferat, pe care dorim să îl ascultăm și să îl reascultăm de fiecare dată când ajungem la aparatul de recepție radiofonică de acasă sau din mașină. Dintr-o simplă apăsare de buton vom ajunge exact pe postul de radio pe care dorim să îl ascultăm. Pe lângă funcția TimeShift și celelalte amintite mai sus, un aparat de recepție radiofonică digitală oferă posibilitatea nu doar de a asculta radioul preferat, ci și de a asculta melodiile preferate, selectate și salvate într-o selecție în memoria aparatului de recepție (de obicei această memorie are 1 GB). Totodată, aparatele de recepție radiofonică digitală vin cu un CD player și cu o gamă complexă de boxe încorporate (Western Daily Press, 2007).

Radioul digital – situația pe țări

Primele țări care au luat în considerare ideea de schimbare a emisiei radiofonice cu cea digitală și care se aflau în anul 2019 în mijlocul procesului de digitalizare a emisiei radiofonice sunt Norvegia, Marea Britanie, Germania, Australia, Italia, Elveția, Franța, Olanda, Danemarca și Belgia. Dintre acestea, Norvegia este prima țară care a reușit o penetrare completă a radioului digital, în decembrie 2017, când toate posturile de radio naționale au devenit digitale (radio.no). Totuși, posturile de radio mici, locale, au continuat emisia FM timp de cinci ani din decembrie 2017, până la momentul la care licențele radio au fost disponibile (WorldDab.org).

Motivele principale pentru care s-a luat în calcul această schimbare a emisiei radiofonice analogice cu una digitală au fost legate de o dezvoltare, evoluție a industriei radio, prin oferirea unor avantaje ascultătorilor din țara întreagă, dar și consolidarea poziției radioului, în raport cu celelalte media. De asemenea, pentru Norvegia, o țară cu cinci milioane de locuitori, metoda unei emisii radiofonice duble – atât FM, cât și DAB – nu era una viabilă, de luat în calcul, pe motiv că infrastructura radio FM era una „învechită", care necesita investiții consistente pentru a putea fi menținută și întreținută la nivelul necesar, astfel că unul dintre motivele pentru care s-a recurs la schimbarea efectivă a emisiei FM cu cea DAB a fost și cel financiar (WorldDab. Norway – One year later, 2019).

Ideea tranziției de la emisia analogică la cea digitală a fost prezentă în Norvegia încă din anul 2011. În 4 februarie 2011, Ministerul norvegian al Culturii a prezentat un raport care stabilea condițiile ce trebuie îndeplinite și data-limită pentru oprirea serviciilor FM, la Adunarea națională norvegiană (Norwegian Ministry of Culture, 2011). În 2011, NRK (postul public de radio din Norvegia), Radio Norge și P4, precum și un număr de posturi de radio locale, transmiteau deja atât în FM, cât și în DAB. Majoritatea aflată în Adunarea națională norvegiană a stabilit, între altele, că data-limită pentru oprirea emisiei FM va fi stabilită atunci când cel puțin 50% dintre gospodăriile norvegiene vor fi achiziționat un aparat radio digital.

Oprirea emisiei clasice a fost realizată, în Norvegia, pe baza unui plan foarte bine definit, detaliat, cu o susținere politică consistentă. Cerințele Guvernului norvegian pentru radiodifuzorii publici și privați, care și-au asumat de fapt tranziția au fost legate de asigurarea acoperirii radiofonice (n.r.: era necesar ca cei implicați să se asigure de faptul că radioascultătorii nu vor fi „discriminați", ci că vor avea acces la radio, indiferent de locul în care se află), disponibilitatea echipamentelor, conținutul oferit radioascultătorilor. La finalul anului 2016, 68% dintre norvegieni ascultau zilnic radioul, comparativ cu 67% la începutul anului 2019. Ascultarea săptămânală a radioului a scăzut însă de la 93% la finalul lui 2016 până la 88,8% la începutul lui 2019, adică la mai bine de un an de la digitalizarea completă a radioului. În privința ascultării DAB, cifrele au crescut: 86% dintre ascultători ascultau radioul digital în prima parte a anului 2019, față de 55% la finalul lui 2016, înaintea începerii tranziției. De asemenea, receptoarele digitale în mașină au crescut până la 58% în 2019, față de 32% în 2016 (WorldDab. Norway – One year later, 2019).

Germania

În anul 2011, emisia radiofonică digitală a fost lansată oficial în Germania, moment în care 40 de milioane de ascultători au fost conectați și au avut practic posibilitatea de a asculta radioul, la tranziția lui la digital. Inițiativa a aparținut unor operatori privați, Deutschlandradio și ARD, iar nu statului german (WorldDab.com).

Patru ani mai târziu, în anul 2015, Ministerul Federal al Transporturilor și Infrastructurii Digitale din Germania a fost însărcinat să creeze un posibil calendar pe baza căruia să fie implementată în țară emisia radiofonică digitală, întrucât la acea vreme se considera că „trecerea de la emisia analogică la cea digitală în Germania este inevitabilă" (WorldDab, 2018).

În anul 2017, Ministerul Transporturilor și Infrastructurii Digitale din Germania a publicat raportul solicitat, care a fost și aprobat de consiliul de administrație, iar cele mai importante criterii avute în vedere pentru tranziție au constat în asigurarea de echipament/receptoare radio, crearea unui regulament prin care să se asigure faptul că transmisia analogică folosită de posturile publice nu va mai fi disponibilă pentru alte posibile utilizări, dar și faptul că se va lua în calcul dezvoltarea unor metode de măsurare a ascultării radio digitale. Un alt aspect foarte important menționat în proiectul digitalizării în Germania a fost legat de monitorizarea politică a procesului propriu-zis de înlocuire a emisiei (Federal Ministry of Transport and Digital Infrastructure, 2017).

Publicul radiofonic din Germania putea alege, în anul 2018, între 13 posturi radio cu emisie digitală (două rămânând cu emisia analogică atunci) (WorldDab, 2018). Totuși, în Germania tranziția nu a fost una ușoară, în sensul în care s-a vorbit începând cu anul 2004 despre posibila schimbare a emisiei radiofonice analogice cu cea digitală, lucru ce s-a concretizat la vremea

respectivă strict prin proiecte pilot și încercări de a vedea cum anume ar putea fi efectuată o astfel de tranziție (Steinheber, 2014).

În 2019, numărul gospodăriilor din Germania care au un dispozitiv DAB a crescut până la 22,7%, de la 17%, cât era media în anul 2018, ceea ce înseamnă că, într-un total de nouă milioane de gospodării, există cel puțin un aparat de recepție radiofonică digitală (dabplus.de).

România

Autoritatea Națională de Management și Reglementare în Comunicații din România (ANCOM) a lansat, în 18.01.2016, o consultare publică privind implementarea radiodifuziunii digitale în țara noastră, printr-un anunț publicat pe site-ul instituției, prin care se arăta faptul că, „În mod similar televiziunii digitale, standardul de emisie DAB (pentru emisia audio) oferă o calitate superioară a sunetului și permite utilizarea mai eficientă a spectrului, prin transmiterea mai multor programe folosind o bucată mai mică de spectru radio" (ANCOM, 2016).

La vremea respectivă, ANCOM realizase un un chestionar adresat tuturor furnizorilor potențial interesați să dobândească drepturile de utilizare ale multiplexurilor de emisie digitală, prin care au încercat să afle detalii despre termenii de acordare a acestor frecvențe, precum și „despre intențiile jucătorilor existenți pe piață sau a noilor potențiali intrați în ceea ce privește participarea lor la o viitoare procedură de selecție competitivă pentru acordarea spectrului disponibil" (ibid.).

Rezultatele chestionarului respectiv, publicate ulterior pe site-ul Autorității, au oferit o imagine clară, la vremea respectivă, asupra „realității pieței românești", astfel că ANCOM a decis ulteriro că este necesar să propună o serie de modificări legislative care să permită organizarea unei licitații în 2018, pentru acordarea de multiplexuri de radiodifuziune digitală terestră. Printre modificările sugerate la vremea respectivă de către urnizorii interesați cu privire la organizarea unei licitații se numărau „stabilirea taxei de licență pentru multiplexurile de T-DAB, precum și modificarea deciziei privind procedura de tarifare pentru utilizarea spectrului radio." (ANCOM, 2018).

Ulterior, doi ani și jumătate mai târziu, pe 05.09.2019, Autoritatea de Management și Reglementare în Comunicații din România a publicat în consultare „Proiectul de Hotărâre a Guvernului privind acordarea licenţelor de utilizare a frecvenţelor radio în sistem digital terestru de radiodifuziune prin care sunt stabilite modul de desfăşurare a procedurii de selecţie, condiţiile de acordare a licenţelor de utilizare a frecvenţelor radio și taxele minime de licență pentru multiplexurile de radiodifuziune digitală terestră T-DAB+ pe care Autoritatea le va aloca prin licitaţie.", informație ce reieșea dintr-un comunicat de presă al instituției. Pentru un multiplex național, prețul de pornire al licitației se situa în jurul valorii de 75 de mii de euro, iar pentru multiplexurile regionale „ taxa minimă de licenţă variază în funcţie de zona în care este alocat, situându-se între 1.050 şi 5.500 de euro pentru un multiplex alocat în Bucureşti." (ANCOM, 2018). De pildă, pentru orașe precum Cluj-Napoca, Iași, Timișoara, Oradea sau Brașov, prețul de pornire pentru licența multiplexurilor de emisie digital începea de la 2500 de euro. ANCOM arăta atunci că multiplexurile vor fi acordate pentru o perioadă de zece ani, „printr-o procedură de selecţie competitive", iar taxa de licență ce va rezulta ca urmare a procedurii de selecție „va fi achitată către bugetul de stat în termen de cel mult 90 de zile calendaristice de la data anunţării rezultatelor licitaţiei."

Un multiplex DAB transmitea, în septembrie 2019, patru posturi de radio ale serviciului public de radiodfuziune, Radio România, sub versiune de test. Acestea erau Radio România Actualități, Radio România București FM, Radio România Muzical și Radio România 3Net (WorldDab.org, 2019).

În 14 septembrie 2018 a fost aprobat Proiectul de Hotărâre de Guvern pentru aprobarea Strategiei privind implementarea radiodifuziunii terestre digitale sonore și a serviciilor multimedia asociate, la nivel național: „Se aprobă Strategia privind implementarea radiodifuziunii terestre digitale sonore și a serviciilor multimedia asociate, la nivel național, prevăzută în Anexa, care face parte integrantă din prezenta hotărâre." (Ministerul Comunicațiilor și Societății Informaționale, 2018)

Prin Proiectul de Hotărâre de Guvern se propunea „implementarea serviciilor de radiodifuziune digitală terestră la nivel naţional, în standarde asumate la nivel european şi internațional de către România, şi finalizarea procesului de încetare a serviciilor de radiodifuziune analogică terestră în perioada: 2025-2027". Ministerul abilitat promitea că „această acţiune nu va implica doar schimbări tehnice, ci va presupune modernizarea peisajului audiovizual", prin introducerea unor noi tehnologii în România, care vor fi benefice și vor ajuta la utilizarea mult mai eficientă a spectrului radiofonic. De asemenea, în Proiectul de HG erau prevăzute și campanii de informare „ce vor facilita înţelegerea a ceea ce presupune implementarea acestor noi servicii digitale." (Ministerul Comunicațiilor și Societății Informaționale, 2018).

Printre condițiile pe care Autoritatea competentă le punea la vremea respectivă pentru tranziția radioului românesc de la analogic la digital se număra aceea că, cei care vor fi declarați câștigătorii multiplexurilor naţionale „vor avea obligaţia ca, în termen de 2 ani de la data obținerii licențelor, să pună în funcțiune un număr de cel puțin 10 emițătoare şi să lanseze serviciul după instalarea și autorizarea a cel puţin două emiţătoare în Bucureşti, pentru fiecare multiplex. Câștigătorii multiplexurilor regionale vor avea obligația de a pune în funcțiune cel puțin un emițător în fiecare alocare, în termen de 18 luni de la data obținerii licențelor."

BIBLIOGRAPHY

Adam, G., 2008. Inițiere Radio. Editura Fundației România de mâine, București.

Anderson, J.N., 2013. Radio broadcasting's digital dilemma. Convergence, 19(2), pp.177-199.

Andrew, B.O.Y.D., 1994. Broadcast journalism: techniques of radio and TV news. Focal Press. Bohlin, E., Preissel, B., Weber, A. and Preissl, B., 2006. How free is the radio spectrum?. info.

Bălan, C., 2003. Receptoare radio cu prelucrare digitală a semnalelor. Academia Tehnică Militară, Bucureşti.

Beaumont, C. (2008, Jun 28). Must FM die to save digital radio? A new report considers TV-style 'analogue switch-off' for radio. claudine beaumont has doubts. The Daily Telegraph Retrieved from https://search.proquest.com/docview/321581938?accountid=8013

Devlin, J.P., 2019. From Analogue to Digital Radio: Competition and Cooperation in the UK Radio Industry. Springer.

Dunaway, D.K., 2000. Digital radio production: towards an aesthetic. new media & society, 2(1), pp.29-50.

Gilski, P. and Stefański, J., 2016. Can the Digital Surpass the Analog: DAB+ Possibilities, Limitations and User Expectations. International Journal of Electronics and Telecommunications, 62(4), pp.353-361.

Herrmann et al., 2007; Crawford and King-Smith, 2008; Hoeg and Lauterbach, 2009; Warner, 2009). In an Australian context this will always consist of one DAB þ transmitter transmitting many services.

Hoeg, W. and Lauterbach, T., 2003. Digital Audio Broadcasting. Wiley.

Josse, D., 2002. DAB–now hitting the market on an industrial scale. EBU Technical Review, October, pp.1-8.

Kozamernik, F., 1995. Digital Audio Broadcasting–radio now and for the future. EBU Technical Review, 265.

Norwegian proposal on the digitization of radio, 2011.

Palmer, D., Moore, T., Hill, C., Andreotti, M. and Park, D., 2011. Radio positioning using the digital audio broadcasting (DAB) signal. The Journal of Navigation, 64(1), pp.45-59.

Pierre Freyens, B., 2012. Digital radio and market failure: a tale of two complementary platforms. info, 14(5), pp.3-20.

Steinheber, J., 2014. Digital radio–the fight for diffusion in Germany. info, 16(5), pp.70-85.

Western Daily Press (2007, Nov 13). Go dab digital to get the most from the radio.

WorldDAB. 2018. DAB Digital Radio| Europe and Asia Pacific (Q4 2018). Retrieved from https://www.worlddab.org/public_document/file/1131/WorldDAB_Receiver_Profiles_2018-01-01.pdf?1556643273

Siteografie

www.getdigitalradio.com accesat în 21.09.2019, ora 16:40

http://www.radio.no/ accesat în 21.09.2019, ora 16:40

www.dabplus.de accesat în 21.09.2019, ora 16:40

http://www.digitalradioplus.com.au/ accesat în 21.09.2019, ora 16:40

Government of the United Kingdom, 2019. Implementing the European Electronic Communications Code. www.gov.uk/government/consultations/implementing-the-european-electronic-communications-code?utm_source=00a52369-645c-409a-ab57-4dff76e0e24a&utm_medium=email&utm_campaign=govuk-notifications&utm_content=immediate accesat în 23.09.2019, ora 11:20.

https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/tv-radio-and-on-demand/radio-research/digital-radio-reports, accesat în 23.09.2019, ora 11:40.

https://www.worlddab.org/countries/united-kingdom#details_of_trials, accesat în 22.09.2019, ora 15:30.

Federal Ministry of Transport and Digital Infrastructure, 2017. https://www.bmvi.de/SharedDocs/DE/Artikel/DG/aktionsplan-digitalradio.html, accesat în 21.09.2019, ora 12:35.

AN APPROACH TO TEACHING THE INDICATIVE MOOD

Daniela-Elena Duralia
Assist., PhD, "Nicolae Bălcescu" Land Forces Academy

Abstract: Even experienced teachers need to carefully plan for their English classes. The teaching styles adopted by teachers vary with the size of the class and students' aptitude for the English language, which can be checked during a diagnostic test at the beginning of the semester. The results of the tests on the Indicative Mood, written by four groups of 18-year-old students, show that they are perplexed by the language, despite having studied English for 12 years. They are familiar with tenses and sentence structure but they cannot use them contextually.
This research paper explores these aforementioned difficulties in using the Indicative Mood correctly in a different, but comparable school. Determining a suitable approach is required by studying the low results on the diagnostic test at the beginning of the semester. After six ninety-minute meetings, during which the students have worked and discussed the use of the Indicative Mood, students then write a second test similar to the first one. They show a considerable improvement due to the teacher's representations but also students' communicative attitude.

Keywords: teacher, Indicative Mood, approach, English

Introduction

Teaching is an intricate and hard to define process since its planning depends on the students' needs keeping in mind the academic goals. Recent research about effective teaching approaches focuses on the importance of interactive activities that motivate students to learn. Not only is the student-centered teaching approach a better opportunity for them to improve their skills, but it also sheds light on what needs clarification.

Review of Related Literature

Apart from motivating students to better engage with the material, teachers also need to understand the needs of their students. For instance, they may want to better inform themselves as to whether their students have the requisite contextual knowledge to properly understand the author's linguistic allusions. Many students could speak English but did not use verb tenses correctly. In his testing a prediction made by Processability Theory, "which assumes a model of psycholinguistic processing" (355), Bronwen Dyson refers to five stages that second language learners go through. He conjectures that "Indeed, the findings suggest that the acquisition of morphology, and syntax, varies with learner orientation" (355). Douglas Brown makes this idea even clearer by observing that a certain level, be it beginning or intermediate or advanced, is relative in meaning, when referring to learners according to the department or institution "a certain sense of relativity must always be taken into account when these terms are used" (96).

The students' linguistic abilities also contribute a lot to their final results in language acquisition. Studies such as Douglas Brown's *Teaching by Principles*, explains that linguistic principles, such as "The Native Language Effect" (65), have a great impact on the learner's success to acquire a second language. It is well-known that Asian learners have much difficulty in their acquisition of the English language because of the many linguistic differences. Latin language native speakers, such as French, Italians, Spaniards or Romanians learn English much easier as their languages contain similar linguistic elements, especially in vocabulary, which makes them part of the acquisition process much easier.

Even Germanic languages differ considerably from English. Despite learners' language being functional, they still need to observe and understand the English grammar structure for their writing to be understood. In his explanation of the "Communicative competence", Brown's advice to learners is "to give grammar some attention but [not to] neglect the other important components (e.g. functional, sociolinguistic, psychomotor and strategic) of CC" [communicative competence] (69). Problems show up when students study grammar in isolation. The knowledge gap consists of their omission to use the rules regarding sequence of tenses and reported speech. To succeed, learners need to observe tenses in texts. The more situations they encounter the better they will be able to use them either in writing or in speaking.

Limtasiri and Somboon describe the "'Super Teaching' Model" as depending on "learning environmental, teaching profession and learning resources" (497). It comes out that each situation requires a certain teaching approach corresponding to the students' needs. Teacher's insight about a student's situation and commitment to finding solutions, as well as her choice of material are of critical importance in the situation described in this paper.

The Study

Four EFL clusters of students, studying in two different institutions showed a concerning deficiency in their use of tenses in the indicative mood. At the end of high school, students are supposed to possess the B1 level corresponding to the Common European Framework of References for Languages. This means that students "can describe experiences and events, dreams, hopes, and ambitions and briefly give reasons and explanations for opinions and plans."[1] In doing so, they need to be able to correctly use verb tenses in the indicative.

Having studied in different high schools and coming from different social backgrounds, the groups' levels, being referred to in this study, were heterogeneous. Not only had they manifested different needs but they also demonstrated different results to the diagnostic tests conducted at the beginning of a Grammar course. Most of them were familiar with the tenses in the Indicative, but they were not able to use them correctly in given contexts. Some of them explained that grammar topics used to be worked in isolation and in a robotic way on the same pattern. They did read texts but never had to focus on the verbs and how they relate to the rest of the words in a sentence. This study then strives to answer such needs and further scrutinizes the teacher's approach, once knowledge gaps are identified.

By interacting with students, the instructor used selected examples in which she made sure to point out the aspects that students were confused about and appealed to their visualizing the actions.

1. Progressive aspect- the action in the progressive aspect was called background action.

Eg. I was watering the flowers when he entered the room. (students need to imagine the scene)

2. Perfect tenses- To express the anterior. It is used with actions that happen, according to the point of reference in time, before either a present, past or future moment.

Eg.1. I have finished the book. - point of reference in time – present (the moment of speaking).

Eg.2. I had cleaned the office before the boss arrived. -point of reference in time –simple past – verb arrived

Eg. 3. I will have bought a car when you visit me. - point of reference in time- future, which is forbidden in this situation (time clause) – verb visit

3. Reported Speech – The tenses to be used in the subordinate clauses are to be decided upon the tense used with the introductory verb. It establishes from which perspective the speaker looks. (present or past)

Eg.1. He says he cannot arrive on time. (present perspective)

[1] https://en.wikipedia.org/wiki/Common_European_Framework_of_Reference_for_Languages

Ex. 2. He said he could not arrive in time. (past perspective)

4. Expressing futurity- the ways of expressing future tense (apart from future tenses) were explained in contrast.

Once students listened to the explanation, I could see they became enthusiastic about trying to check whether they had understood. They created examples themselves which they translated. They could see their first test again, and this time they looked with a critical eye at their own mistakes about which some stated, "I could not make such mistakes again, now. "

Conclusion

Being reflective and sensitive to the learners' needs, resulted from the diagnostic tests, differences, and abilities, the instructor could design a teaching plan that was responsive to the needs of their students at the beginning of the semester. The instructor's clarification of the complexities (about the use of the progressive aspect, perfect tenses, reported speech, the use of future tenses) was followed by oral interactions. Students continued their practice in writing outside the class and reflected over their mistakes which they correct themselves with the key at the end of the activity book assigned by their instructor. Their understanding was evident in one student's statement, "Now I do feel ready to write." Feeling in control then contributes to a student's willingness to perform and improve their abilities.

BIBLIOGRAPHY

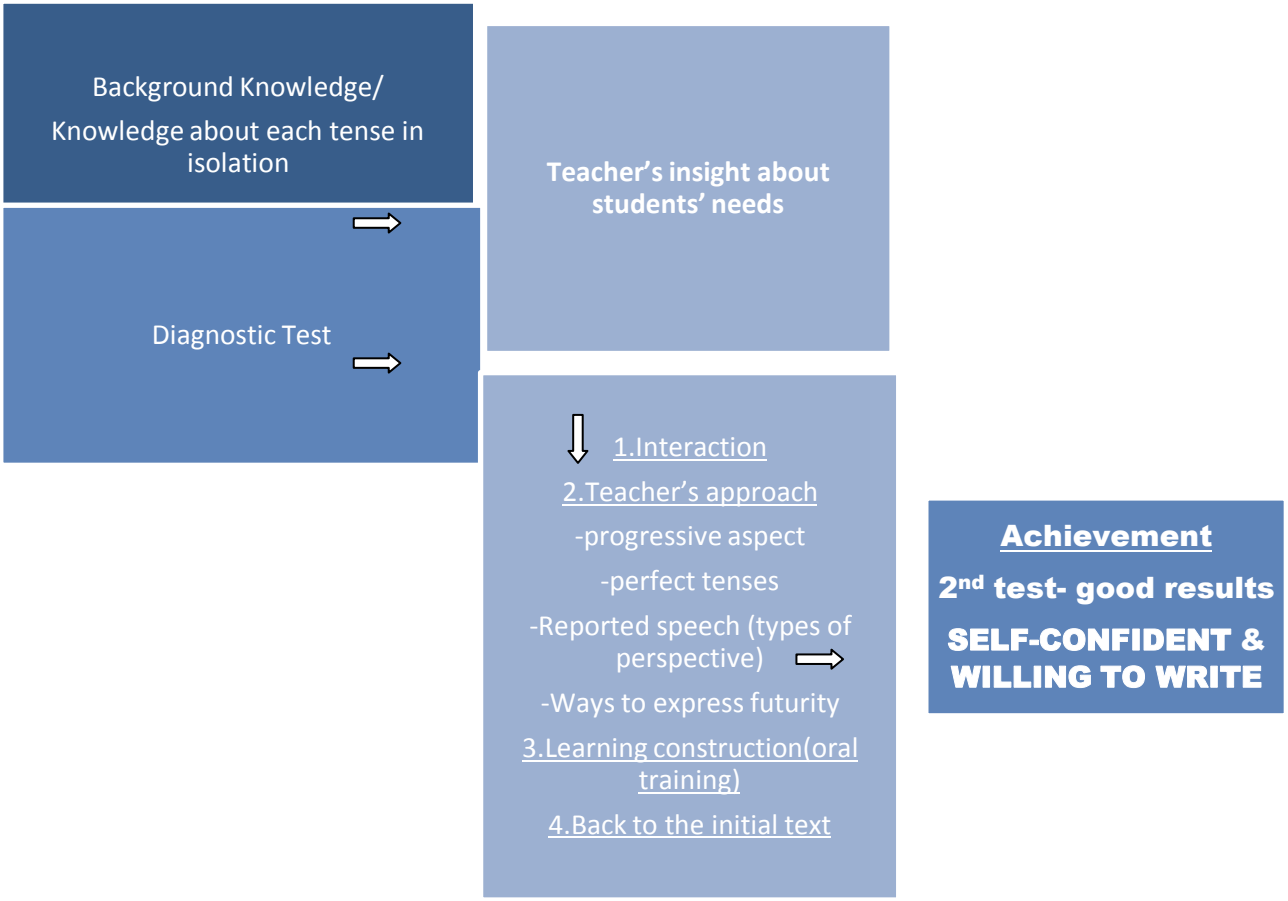
Bronwen Dyson. "Processability Theory and the Role of Morphology in English as a Second Language Development: a Longitudinal Study." University of Sydney. Second Language Research 25, 3(2009); pp.355-376.

Brown, Douglas. *Teaching by Principles. An Interactive Approach to Language* Pedagogy. 2nd Edition. San Francisco State University. Addison Wesley Longman, Inc. 2001.

Limtasiri, Oranuch et al.. "'Super Teaching' Model." Journal of Teaching and Education. ISSN: 2165-6266: 05(02): 497-502; 2016.

https://en.wikipedia.org/wiki/Common_European_Framework_of_Reference_for_Languages

Annex
Progressive Learning Process



Iulian Boldea, Cornel Sigmirean, Dumitru-Mircea Buda (Editors)
MULTICULTURALISM THROUGH THE LENSES OF LITERARY DISCOURSE

Sacrum vs. Profanum: Opportunities and Threats in the Church-Media Relationship

Terézia Rončáková

PhD., Faculty of Arts and Letters, Catholic University in Ružomberok, Slovakia

Abstract: The coexistence of mass media and the Church draws the attention of scholars due to the existence of a sort of 'subliminal' conflict. This conflict has been widely examined and has led to many interesting and inspiring results. This paper attempts to address the causes of the current state drawing on the generally known facts and extensive experience of a common media consumer, and provides several valuable insights based on author's previous research. Before exploring the actual causes, the author clarifies the following two starting points of her examination: the position of journalists (what annoys them about the Church and, conversely, what they welcome in her approach) and the position of the Church (what annoys her about journalists and conversely, what she welcomes in their approach). After clarifying some causes she turns her attention to the consequences; adding, finally, a short provocative reflection.

Keywords: Church, media, journalist, news values, censorship

The question of the Church – media relationship has been one of the widely discussed topics by both the general public and scholars since the emergence of the first printed periodicals. With the rise of electronic media (radio, television) the interest in this topic and the intensity of the debate has increased significantly. Another impetus was the growth of media research activity in mid-20th century related to growing concerns about the use of propaganda and manipulation. A more specifically targeted research activity with respect to the relationship of media and religion was seen in the 1980s. The coexistence of mass media and the Church draws the attention of scholars due to the existence of a sort of 'subliminal' conflict. This conflict has been widely examined and has led to many interesting and inspiring results.[1] Thus today's attempts to describe this co-existence -- which is by no means trouble-free – or explore which side is negatively impacted by this conflict would be neither sufficient nor useful. Therefore this paper attempts to address the causes of the current state drawing on the generally known facts and extensive experience of a common media consumer, and provide several valuable insights based on my previous research (2009, 2010, 2012, 2013).

Before exploring the actual causes, I will clarify the following two starting points of my examination: the position of journalists (what annoys them about the Church and, conversely, what they welcome in her approach) and the position of the Church (what annoys her about journalists and

[1] Researchers have focused e.g. on the relation of what is sacred and what is media-related (Silk 1995, Hoover, Venturelli 1996, Rothenbuhler, Coman 2005, González Gaitano 2009, Olekšák 2011, Rončáková 2012, 2013b); anti-religious bias in media (Dart, Allen 1993, Contreras 2007, Gazda 2009); media approach to new religious movements (Wright 1997, Richardson, Driel 1997, Silk 1997, Dart 1997, Hoover, Clark 1997, Hill, Hickman, McLendon 2001); differences of religious and media language and style (Mistrík 1991, Wojtak 1992, Makuchowska 1995, Kolková 2002, Mlacek 2012); religious media audience (Stout, Buddenbaum 1996, Yeganeh 2008, Khojaste, Kalantari 2009). Significant attention was focused on mediated religion, i.e. religious impact of media (Meyer, Moors 2006, Thomas 2008, Bahonar 2009) and media as religion (Rothenbuhler 1998, Stolow 2005, Meyer 2008, Cruz 2009, Sumiala 2012). One of the research offshoots is the examination of argumentation bases used by religious and media communicators as starting points of their messages (Silk 1995, González Gaitano 2010, Contreras 2007, Gazda 2009, 2011, Rončáková 2012).

conversely, what she welcomes in their approach). After clarifying some causes I will turn my attention to the consequences. Finally, I will add a short provocative reflection.

What annoys journalists?

Based on *inter alia* current church and social developments in Slovakia and the associated public discussion I would like to point out three patterns of behaviour of the Church, which journalists find irritating:

- withdrawnness, silence;
- arrogance; and
- hypocrisy.

Nothing irritates journalists more than the reluctance of Church officials to provide information and give opinions on important issues. It is the journalists' bread and butter to cover these issues but without cooperation with the officials they simply cannot do their work. It is exactly at bishops' conferences or at bishops' offices where journalists are often faced with a 'not-your-business' approach on the part of the officials. They are faced with a kind of *secretum* as if everything was explicitly an internal affair of the Church. Therefore journalists often acquire and spread a feeling that the Church is a ghetto, a separate world living its own life. Outside the walls of the ghetto – to develop the metaphor further – they often nourish various myths or even prejudices. Journalists think that life inside the ghetto must be really hard. In April 2014, when the media story about the corruption at the Catholic University in Ružomberok, Slovakia, reached its climax as the rector of this institution uncovered serious financial irregularities, the questionable granting of academic titles, and so forth, and when the names of several bishops were frequently mentioned in the media in connection with the case, one radio editor was unable to get the officials to the table for a broadcast discussion. They were full of anger, disgust, mutual resentment, and absolutely did not feel like quarrelling in front of a microphone. Others did not feel sufficiently familiarised with all the facts, considering the complicated web of audits and court proceedings. But the editor was quick to determine the diagnosis: fear. In an unapproachable institution like that, they must all be shivering with fear...

Negative emotions about being rejected are often enhanced when the communicator from time to time fails to keep his or her emotions under control, breaks the boundaries of common decency and spits out something arrogant right into the opponent's face. Thus the bridges are burnt and doors closed for a prolonged period of time. One of the unfortunate bearers of such a label of being an arrogant person in Slovakia is the spokesperson of the Slovak Bishops' Conference, Jozef Kováčik. His statement about the former anti-communist dissident and long-time Christian Democrat, František Mikloško, has reached a wide audience. Mikloško was the first person to inform about the planned removal of the Trnava Archbishop Róbert Bezák[2] and in response to this news, the spokesperson of the bishops' conference laconically stated that it was nonsense and that Mikloško "offers plots similar to those of Dan Brown". Several hours later, the removal became reality and J. Kováčik wears his Dan Brown label still today.

Hypocrisy, with respect to the church officials, is viewed by media as the most crucial category. This category is the unifying *leitmotiv* of the previous primary researches into the argumentation schemes in the Church – media relationship – primarily within the framework of the pioneering

[2] Born in 1960, Róbert Bezák is a priest of the order of Redemptorists. For 12 years he served as Provincial Superior of this religious order. He was regarded a charismatic and popular missionary. In 2009, he became the Archbishop of the Archdiocese of Trnava, where he was perceived by many as a reformer. In July 2013, Archbishop Bezák was removed from office by Benedict XVI. The church refused to disclose the reasons for removal but media were gradually supplied with internal church documents, the Archbishop provided several interviews and he was later explicitly banned by the Vatican to make any statements to media.

research of the ancient Greek rhetorical *topoi* in media discourse by the American scholar M. Silk[3]. When the media hunt for sensational stories and misdemeanours of the church hierarchy, spiritual or lay believers, the key phenomenon at work here is the disappointment of hypocrisy. The key driver here is not prejudice or hatred of the Church, but rather a reproach for preaching water and drinking wine. A desire to change things can also be identified, so that the Church remains faithful to its teaching, so it becomes a beacon – though often bypassed but still shining. As the aforementioned story of corruption at the Slovak Catholic University began to unfold, voices of experienced 'experts' could be heard: "See? We told you it was not a good idea to put 'Catholic' in the title of the university because it would always be put under scrutiny." But the stakeholders are well aware of this heightened attention. Whether it is better to avoid it or face it – that's a different question.

What is welcomed by journalists?

Two patterns were identified as valued by journalists about the Church (with respect to media):

- openness, 'normalcy'; and
- provocative character.

Based on my extensive research of the media coverage of historically, one of the most unprecedented (and still pending) church cases in Slovakia – the case of the removal of Archbishop R. Bezák (2013a, 2013c) from the office – I arrived at a conclusion that the second most powerful underlying argumentation scheme for secular media covering this story was openness (the most powerful was justice because the removal from office was generally viewed as unjust; the difference between the aforementioned two *topoi* was just one percent[4]). Two mutually contradictory vectors ensued from this argumentation bases: "a belief that it is good to be accessible, understandable, kind, internally truthful, human and 'normal' – and a belief that it is bad to be closed, isolated, authoritarian, elitist, false and cold" (2013c, p. 30). The approach of the Slovak mainstream tabloid daily *Nový Čas*, specifically the editor Zuzana Šišovská, is quite symptomatic. In a documentary aired by the Czech Television about R. Bezák[5] she could be seen in a friendly and light-heartedly confrontational discussion with the Archbishop prompting him (unsuccessfully) to let himself be photographed in a fitness centre. It is clear that despite the Archbishop's refusal to provide her with such tabloid material, his behaviour toward her was humane and she showed respect for him. Her second attempt was more of a friendly teasing than a serious request. Later, when the Archbishop was removed by the Pope it was Z. Šišovská and *Nový Čas* which became one of his loudest and persistent supporters. Bezák's humane approach at the reception he organised on the occasion of the blessing of regional wines – and presumably also at various other occasions – opened doors for him even to the tabloid press.

A provocative character is perfectly compatible with the classical journalistic rule: "It's doesn't make news when a dog bites a man, but when a man bites the dog". It's not that provocative communicators are perverted; they simply wish to satisfy the media requirement to provide the audience with something unusual, unexpected – hence interesting. Provocative communicators could be thought of as free minds that have the necessary courage to articulate and spread an untraditional, courageous, and at the same time simple, understandable ideas, quite often using figurative language.

---

[3] The examination of the argumentation bases of the messages of religious and media communicators represents an important and a lively branch of media – church relationship research. Authors base their researches on the classical rhetorical category of *topoi*, or *loci comuni* (Aristotle 1994, Cicero 1998). The concept was introduced into modern media research by M. Silk (1995) and developed among others by N. González Gaitano (2010). The discourse tracking method combined with *topoi* is currently employed by scholars such as D. Contreras (2007) or I. Gazda (2009, 2011).

[4] The *topos* of justice appeared in 35% of examined material, the *topos* of openness in 34%. Overall, the sample subject to examination included 976 journalistic material collected within the period of one year from the outbreak of the case in June 2012 until the first anniversary of the removal of the Archbishop on 2 July 2013 in all Slovak social affairs printed periodicals, broadcasting, television and e-zines.

[5] A film directed by Peter Minařík *Arcibiskup s lidskou tváří* (Archbishop with A Human Face), shot in 2012.

The role of such 'provocateurs' is often taken up by priests who, quite interestingly, somehow manage to attract quite a lot of people to think about God and religion in general. When I explored this remarkable phenomenon in more detail (2013e) I concluded *inter alia* that what these evangelists have in common was love of unbelievers or the non-practicing Christians and a kind of charisma to approach them in the right way. At the same time they can be, in a sense, regarded as prophets who manifest the ancient truth that to make prophesies means to provoke. A typical example of a priest – provocateur in the Czech and Slovak setting is a young Premonstratensian, Karol Lovaš6. Today, the former journalist, who has gone through a radical conversion and decided to devote his life to God, publishes books of poems and short reflections. He also blogs extensively and acts as an exclusive commentator of a widely read secular news website. He has developed his own specific style full of catchy sentences such as "At least two are necessary for love. As to sin, one will do." No need to mention that within the church circles he is regarded as *persona non grata*. The fact he is 'media-friendly' is the cause and at the same time a consequence of this conflict.

What annoys the Church?

Based on my own experience, contact with critics and based on reading between the lines in the published journalistic material in Slovakia, one can also infer what the Church dislikes about the journalists. In Slovakia, quite a telling example is, for instance, the column in the *Katolícke noviny* (Catholic newspaper) weekly, in which authors like to respond to the way other media cover certain topics. The points of conflict perceived by the respective church officials with respect to media was aptly formulated as early as 20 years ago by a Jesuit and a professor of theology at Fordham University in Bronx, New York. Avery Dulles (1994) defined seven points of contrast which he found to a great extent natural and necessary:

- mystery of faith and reverence vs. investigative nature, exposing, irony;
- eternal continuity vs. innovation;
- unity, reconciliation vs. conflict;
- abstract spirituality vs. tangible and concrete message;
- hierarchy, authoritativeness vs. democracy, dissent;
- complexity, technical language vs. superficial coverage;
- evangelisation, faith vs. generally understandable content.

Many of the Dulles's categories are closely related to the ones mentioned herein. In the next passage I would like to focus on the following three negatives, which the Church perceives to be present in the approach of media to its activities:

- disinterest;
- ignorance; and
- tabloid nature.

Obviously, disinterest does annoy any institution that would like to draw attention of general public to its activities. Disinterest is often seen by church officials as deliberate or based on prejudice. However, it is questionable whether these phenomena are indeed at work. It might well be that the reasons behind them are much simpler. Journalists often object to accusations of holding prejudices against the Church and point to the key rules of their journalistic craft: if you're interesting, you'll get through our filter; if you're not, you won't. The filter here is the so-called *news values*, i.e. values the presence of which is inevitable for any information to become worthy of journalistic coverage and pass through to the audience. These values include primarily conflict, money, eroticism, violence and many others, called differently by different scholars, including elitism, oddity, unexpectedness, spatial proximity, storyline, etc. Along with Diego Contreras[7], a media expert of the Papal University Santa

[6] Karol Lovaš publishes his Sunday reflections, poems, interviews and photographs at http://www.bratsavol.sk.
[7] Personal research interview with D. Contreras in November 2008.

Croce in Rome one can conclude that these are superficial values which do not require much effort from the journalist to identify and cover. Of course, there are other values which need to be sought deeper, but these require more effort to be presented in an interesting and understandable manner. In one of my previous works (2010, p. 49) I called these *'gospel values'* and identified them with virtues. Righteousness, fidelity, generosity, self-sacrifice, kindness, patience or humility can also arouse interest in today's audience; however, more effort needs to be spared to cover them attractively. A great carrier of such a message – one which also corresponds to the requirements of media language – is the story. Other starting points were sought and examined in detail in my other works (2009a, 2009b, 2010). Here, it should be noted that the method of overcoming the disinterest of media is twofold. One is to engage in professional journalistic coverage to convey events based on *gospel values* and at the same time, overcome fears of the classical *news values*, for instance, the notoriously criticised conflict, which the Church itself knows too well from the very time when Jesus said: "I have come to cast fire upon the earth; and how I wish it were already kindled! Do you suppose that I came to grant peace on earth? I tell you, no, but rather division" (Luke 12:49-51).

Another problem ensues with respect to the church and media outputs. It is when the aforementioned silence is broken in an inappropriate fashion. One of the things that strikes the eye most and often becomes subject to criticism is terminological errors of journalists who are not familiar with the church language and environment. Church officials often complain about the unprofessional approach of journalists and call for professionally competent, well-trained editors who would not use phrases such as 'Mr. Pope', 'consecrate a new saint' or 'attend a baptism', etc. However, one should understand that such a lack of professionalism on the part of the editors is an unfortunate consequence of a broader trend in media sector – an effort to employ smaller, younger and cheaper staff, something which negatively impacts not only the coverage of church matters but also other more sophisticated topics. This, however, is a much broader issue beyond the scope of this paper and is addressed by sociological works focused on the journalistic profession and its future developments.[8]

Another striking and notoriously recurrent mistake of the media outputs covering church-related topics is the loss of message. This phenomenon has been referred to in a number of researches[9]. Researches show that at mass-scale national pilgrimage events, papal visits abroad or similar events the media effectively filter out the spiritual message or any deeper thoughts brought through such events. On the other hand, what does catch media attention is, for instance, the prices of souvenirs, number of injured, environmentalists' protests, lunch menus of the clergy, etc. The church officials have just this in mind when they use the derogative term 'tabloid'. Under the term tabloid they understand partial vision (ability to see only a portion of the whole, often unrepresentative), misinterpretation (emphasis on aspects far beyond the essence), sensationalism, etc. Concerns over this approach then determine the attitude of the Church to media, but the reluctance of the clergy to expose to this danger is definitely by far not new. The First Vatican Council (1869 – 1870), for instance, imposed an informational embargo on media releases during the council in an effort to avoid inaccuracies and distortions. This has led to even more distorted newscasts based on information from third parties, rumours and conjectures. In an effort to overcome this problem the Second Vatican Council created a Council press office and set clear rules, however the organisers of press conferences and discussions had to regularly overcome fears of the prelates to become an easy prey for simplifying and sketchy-thinking journalists.[10]

What is welcomed by the Church?

[8] See also Brečková, Šrámek 1991, Jirák 2007, Brečka 2010, 2011, Brečka, Ondrášik, Keklak 2010.
[9] For the most recent research see also Coman 2014, Kolková 2008.
[10] For a comprehensive and compelling depiction of experience of operating a press centre at the Second Vatican Council see the book entitled *The Rhine flows into the Tiber. A History of Vatican II* (1967) by Ralph M. Wiltgen S.W.D., a historian and Verbite, who led the Verbite press service Council News Service during the Second Vatican Council.

The answer to the question what the Church welcomes in the approach of journalists is quite simple: sufficient media space and a positive media image. The approach of the Church is similar to any other institution which tries to maintain a positive public image. But to make this laconic answer a bit more complicated, another question is whether the Church (should) be trying to build its own image in media or the image of God, or, whether it should try to mediate the contact with God through media. This question, however, should be set within the framework of reflections about the evangelisation potential of media – which is beyond the scope of this paper. The answer was sought in a number of previous researches (Rosenthal 2007, Lapko 2008, Celli 2009, Dulles 2009, Dluhý 2013, Rončáková 2013d) and the findings more or less converged to an assertion that media was not a suitable and usable instrument for direct conversion. They may help to keep the faith alive however this is a domain of a specific religious journalistic style. It seems that common secular media and the expression thereof are limited to creating a positive image of the Church. These findings have gradually eroded the Church's initial ambitions and hopes of seeking new evangelisation strategies through media.

Causes

Following this initial remarks, we may now turn to the question of the causes behind the current state of affairs. From a broad palette of possible diagnoses here I would like to point to four:

- monopoly on interpretation;
- the concept of 'home kitchen';
- black-and-white vision; and
- perceived feeling of a binding nature of statements.

The Church's approach to any disclosure of information and subsequent attempt of engaged citizens – including journalists to offer their interpretations and possible explanations – often boils down to the question as to who will have the last word in the discussion. Church officials eagerly defend their imaginary 'monopoly' on the interpretation of events and treat any external attempts to understand the internal problems with distrust or disrespect. When the chief editor of a well-known Slovak conservative website Postoy.sk wrote an analysis of the aforementioned case on the Catholic University in Ružomberok he received an email from a prominent church official the point of which can be summarised as follows: "With all respect, sir, you have no idea." The situation occurs regularly even in relation to more significant topics related mainly to internal conflicts within the Church. The story of the removed Archbishop Bezák in this context does not even need to be mentioned. It is an exemplary case demonstrating the rejection of any published explanation by using the argument that the public does not have any chance to get a reasonable insight or obtain an understanding of any problem within the Church. A telling phrase "you have no clue" is used as if it was to reinforce the authority of the one who *knows* but does not say. According to M. Coman (2014), a Romanian sociologist and journalism theorist who studies media rituals and how media take on certain roles traditionally borne by religion, the essence of religious communication is revelation. He who reveals *knows*. But media are also in the position of *those who know* – and this might be one source of conflict between media and the Church.

The concept of 'home kitchen' or a 'laundry room' points to popular comparisons of the Church to a family. A family holds together, family members mutually support themselves, family speaks one voice, a family sorts out all troubles at home and does not bring things out – and, most importantly, a family does not resolve e.g. father's alcoholism or his wife's infidelity through tabloid press. The unity (at least an external) is at work in the Church's approach to difficulties. It almost works as a magic formula. Efforts to preserve it at any price sometimes remind us of the words of Caiaphas: "...it is expedient for you that one man die for the people" (John 11:50). The argument of unity was one of the most significant also in the discourse related to the removal of R. Bezák. Within the analysed texts on

this topic published by the Slovak weekly *Katolícke noviny*[11] the *topos* of unity achieved a 20% share on the examined texts. The argumentation scheme of unity emphasises the value of peace, cohesion, brotherly love and reconciliation. The division of the Church was presented as bad and the union with the Church as key – with its value exceeding any personal interest or injustice (Rončáková 2013c, p. 31). In the eyes of the proponents of such an approach, actions of the current Pope Francis erode this principle, for example, by his excessive criticism of priests and consecrated persons in front of the public. A young Slovak priest studying in Rome, Peter Fogaš, made a bold statement against this practice in his commentary on the Postoy.sk website: "Surely, calls for caution and encouragement are necessary and true, but still, one thing does not fit into the whole picture. The head of the Church speaks to a crowd of 50 thousand pilgrims, thereof perhaps 1 % priests and 0.2 % bishops (a very rough and rather optimistic estimate), and he goes on catechising all of them by criticising and disciplining these small groups. Consider an analogical situation in an elementary school. Imagine a director at the opening of a new school year having 500 students and 50 teachers in front of him, talking about deficiencies of the teaching staff. He would then go on and emphasise where they should improve in an effort to make the learning process more efficient and improve the results. How should the teacher then stand up in front of his class and retain his authority?" (Fogaš 2014). It seems that the need to preserve the authority with respect to the laity is the underlying motive of such an approach. One or two paragraphs below, P. Fogaš concludes: "Shouldn't it be the other way around? Shouldn't the boss encourage the employees at a meeting to respect the authorities – and shouldn't he enumerate their deficiencies, discipline them and criticise, speak with them behind the closed door (Pope with bishops and priests, bishops with priests, directors with teachers, owner with trainers)?" The commentator then openly speaks about a kind of nostalgia of the clergy for Benedict XVI. and the related 'home laundering'. The approach 'cook at home first and let the public taste later' permeates many more areas and topics. In Slovakia, it is also present in the debate about the separation of the Church from the state. The spokesperson of the Slovak Bishops' Conference, J. Kováčik, informed the public on numerous occasions that this agenda is "currently being prepared within the competent committees". Here, a potential public discussion is regarded as an undesired interference of the negotiations. The idea is as follows: a discussion in the media is completely unacceptable because media would attempt to take the reins and influence the processes.

When examining the black-and-white vision strongly present in the attitudes of the representatives of the Church but also among common lay believers, a reference to the period of Communism is often articulated (i.e. a period ending 25 years ago), which taught people to discern between friends and enemies, the good and the bad guys. There was nothing in between. Now those on the other side of the barricade are already thrown into a 'box'. Breaking this rigid way of thinking does not pay off. Shortly before Christmas 2013, a group of devotees from various Christian churches published a book of interviews with well-known figures about their faith and relation to God entitled *Kristovci* (Followers of Christ, Bechný 2013). One of the presentations of this book was organised in cooperation with a secular foundation. The head of the foundation invited a provocative writer known for his critical views of the Church, Michal Hvorecký, to moderate the discussion. His mere acceptance of this invitation could be understood positively as a welcomed effort on his part to enter into a dialogue. However, his name on the invitation in media coverage acted more as a red rag on the audience. Organisers have been hearing time and again questions such as: "... okay, fine – but why Hvorecký...?!" It seems as if a bipolar interpretation of the reality was considered a much more 'energy-efficient' solution than distinguishing the shades of gray. However, it is questionable whether this pattern can be described (solely) as a Communist heritage. In the 1960s, Ladislav Hanus, a

[11] An official church weekly with a nation-wide coverage founded in 1849. With the current circulation of 80,000, it is the sixth best selling weekly in Slovakia.

significant Slovak theologian and culture philosopher, used the phrase 'fanaticism of truth' in one of his works entitled *Princíp pluralizmu* (The Principle of Pluralism, 1997, p. 111). Hanus says Christians are vulnerable to such fanaticism, which, in turn leads to intolerance. Another extreme in seeking the truth, Hanus writes, is "tolerance, but as if by definition, at the cost of indifference to the truth, a resignation on the truth, throwing the truth overboard". These extremes are at work even today: on one hand, one can hear the militant rhetoric against the "culture of death" and a "caressing dialogue" attempting to seek by all means understanding, empathy and consent for one's opponents. For Hanus, the way out is a path between the Charybdis of fanaticism and the Scylla of indifference is a non-caressing dialogue. As concluded by philosopher and current chairman of the Ladislav Hanus Fellowship, Juraj Šúst[12], prolife and pro-family protests will bear fruit if and when the community pursues them with clear, but at the same time, open and inviting attitudes. This means that the key to success is in the ability to enter into a *relationship* with 'the others'. This is the answer to a seeming contradiction between mass scale protests and an eternal and toothless dialogue (Šúst 2014).

Finally, in communication with the world, church officials are often bound by a strong feeling of commitment to formality and binding nature of their own statements. It is as if any word they speak out ought to have the gravity of Holy Scripture. They do this because of own experience with believers. Many believers actually do see their statements that way. Thus, priests are afraid to confuse people by making statements on topics which are incomplete, open or subject to further development, or any statements to which their own attitude is just being formed, or in situations where the opinion of the author of a statement does not represent a majority view within the community of local bishops. The rule 'do not confuse people' becomes almost something like a mantra, which precludes the church media from publishing any questionable content or providing room for different opinions, not to speak about provocative or explicitly off-the-wall statements. If, in exceptional cases, this happens, such statement is sure to be followed by a clear editorial explanatory note as to how things really are. This approach is based on an assumption that the receiver does not discern between an opinion and a news item or does not have the mental capacity to evaluate and to get orientated. In an atmosphere like this, many bishops and priests do not feel sufficiently free and therefore refuse to expose their own subjective attitudes to current affairs. There are no Slovak bloggers and bishops. This simple fact speaks for itself. In Poland and Czech Republic, the situation is different as they have managed to overcome this mental barrier and publish their own blogs or video blogs (Gazda 2014).

Consequences

The key consequence of the causes described above is, quite obviously, the inability of religious (or church) news to pass through the filter of media interest. Another related consequence is the current state of the church media.

The aforementioned causes lead to (1) lack of communication, (2) communication deprived of any content or (3) strongly apologetic media outputs. All three forms directly contradict the established code of conduct in the media environment. The natural consequence is that communication fails to pass through the eye of the media needle – which in turn leads to lack of desired content in media. It should be remembered that the established media code of conduct also includes qualities such as promptness, brevity, selectiveness, propensity to extract parts from a whole, and particularly the *news values*. All these qualities of media communication process were already mentioned above. Anyone who wishes to get a message across through media must – with all humility – accept these limits of media communication and surrender to them. This applies even more to members of the Church invited to

[12] Ladislav Hanus Fellowship (SLH) is a Catholic academic fellowship whose mission is to draw inspiration from the great thinkers of Western civilisation, develop discussion, argumentation, leadership skills, spiritual life, relationships and friendships. It was founded in Bratislava in 2002 inspired by the Washington-based Witherspoon Fellowship and offers a semester study and formation courses and various other activities. For more details please visit www.slh.sk.

love their neighbours and serve the others. In that respect, they should see their neighbour also in a journalist who needs a two-sentence statement from them right now, fully informative, sufficiently metaphorical, concrete and, if possible, also expressive, emotional or a bit personal. At the end of the day, journalists do not need that content for themselves. They need such a material to satisfy their mass audiences which is then able to accept and process it.

The attitude of the Church to communication also shapes the state of the media owned by it. Many of them – and in Slovakia all of them – represent the so-called pastoral media, i.e. media which represent an instrument for spiritual and informational service for believers. Vladimír Slovák speaks about media as some kind of 'church outpost', which does not have any missionary ambition nor attempts to address people on the edge of faith or non-believers. He sees them as instruments which transmit what happens in the Church to those who would wish but cannot participate (Tarina 1998). The Jesuit priest Petr Kolář in a book interview with Josef Beránek revives his memories of his experience at the Vatican Radio in the 1980s. He strongly felt the lack truly creative newscast, even a certain type of censorship – he was quite sensitive to – since this was the reason for his emigration from the socialist Czechoslovakia. "The radio fulfilled the role of a kind of Vatican press centre. "It was not journalism that was required, but a mere presentation of the official voice of the Vatican" (Beránek 2001, p. 100). One may follow that the Church's relation to own media is the one of a corporation to its corporate press office – something, which is legitimate, all the more when this type of media has a stable audience and is usually financially self-sufficient in its printed form (such as the Slovak weekly *Katolícke noviny*). But the question is whether the content produced by such media can be described as journalism. In my previous works (2010, p. 172 – 182) on this topic I suggested, it cannot. Thus, one may therefore articulate the need for church media that would seek to fulfil the key function of journalism, i.e. "to inform and help people become better citizens" (2010, p. 132.). In addition, one should present the need for church officials capable of entering the journalistic communication in a journalistic manner. For example, when a chief editor of an e-zine writes a commentary – which a member of the church hierarchy does not agree with – the correct approach to resolve this matter should not be a personal mail with a warning, but his own commentary published on the same website so that all arguments are considered and both sides of the dispute are heard. Thus, a room for discussion would ensue and this might lead to more matured citizenship.

Some final reflective notes

In this respect, I would like to add several provocative thoughts on this topic – not to irritate but to satisfy my own hunger for answers to this quite intriguing question. In the Slovak context, I increasingly encounter comparisons of the Church's structures to the former Communist State Security (ŠtB)[13], or the Communist party (KS) per se. Of course, this is a relatively bold synecdoche related to some of the selected practices within the Church's structures, ŠtB and KS.

I myself feel a strong dislike when I hear this comparison and I always tend to downplay or refuse it completely. Here, I would like to examine the cause of its popularity.

I encountered the first reference of this kind in a commentary written by the publisher of the *Zrno* (Grain) magazine, Michal Vaško[14]. It was released shortly after the local bishop revoked the

[13] The State Security is the Communist undercover intelligence agency operating in the former Czechoslovak Socialist Republic drawing on the KGB model.

[14] Zrno is the only former Slovak Christian samizdat published until today under its original name. Founded in 1989 and later in 1994 renamed to Michal Vaško Publishing House (Vydavateľstvo Michala Vaška), it is known for efforts to raise awareness of internal church debate and constantly balancing on the edge of discussion and provocation. The dispute with the church hierarchy hit its climax in 2006 due to an article questioning priestly celibacy and suggesting ordination of women. In the same year, *Zrno* was deprived of the ecclesiastical approval and a difficult stage of its existence began. The distribution of the magazine in the churches ceased, lost many readers and its circulation took a dive and decreased to about a half, i.e. to about less than 3,000 units.

imprimatur for *Zrno* in response to several controversial articles about ordination of women. When evaluating the *ad limina* visit of Slovak bishops of Pope Benedict XVI in June 2007, M. Vaško compared the rather empty words of understanding, consonance and internal unity to the conclusions from an Assembly of the Czechoslovak Communist Party, thus stirring a wave of emotions and rage in public debate. Since then I also stumbled upon some inadvertent conclusions 'isn't it all the same as back then?' articulated by several respected people with unpleasant personal experience with the State Security. Those making such comparisons always put 'hungry liberty' before 'satiated obedience'.

After a thorough examination I have arrived at the following five possible causes if this rather unflattering analogy:

- creating blacklists;
- emphasis on loyalty;
- use of the 'anti-church' label;
- references to intervention from higher levels;
- defamation of potential martyrs.

The Church's structures have a thorough knowledge of the activities of priests and engaged believers – their media activities, presence at various events and other published opinionated content they publish. The focus is on the key areas of concern, to which the structures are sensitive or overly sensitive. Thus, imaginary lists of disloyal believers with greater or smaller black points are created in the course of time. These people are sometimes given a warning not to exaggerate or they receive a warning from their employer. The worst case is, of course, when such a person is a direct employee of a church institution.

This is closely related to the requirement of loyalty. Loyalty to bishops equals loyalty to the Church – this argument is specifically efficient in traditional Catholic communities such as within the Slovak milieu where the following axiom applies "he who bites the pope, dies". A warning finger is usually raised when someone dares to criticise a cardinal or a bishop, for example, for his political views. Thus those believers for whom loyalty to the bishop and the Church is of equal importance can be, in a sense, emotionally 'blackmailed'. Of course, the underlying fallacy is mistaking hierarchy for the whole Church; V. Slovák concludes: "We prefer loyalty to professionalism. (...) But loyalty to the Slovak Catholic Church officials does not necessarily mean loyalty to the Catholic Church as such or to her teaching!" (Slovák 2009, p. 80 – 81).

Those with sufficient number of black points for their sins of disloyalty are given an antichurch label. That is exactly what happened to the Slovak dissident we already mentioned above, one of the leading figures of the pre-November underground church, František Mikloško[15]. From the onset of the 'Bezák's case' in June 2012, Mikloško was the person playing the key role in unravelling the case. He was the one who first brought the report about the prepared removal of the Archbishop. He also kept on identifying the key causes of the removal including the alleged mishandling of funds leading all the way up to the Vatican. The Slovak church officials do not conceal that Mikloško is a *persona non grata*. In my view, Mikoško must be going through a real *déjà vu*. In March 1988, he organised the famous Candle Demonstration, which delivered a decisive blow to the Communist regime in

[15] František Mikloško was born in 1947. Before 1989 he worked as a mathematician in the Slovak Academy of Sciences, later as a shop-floor worker (since 1983). He was engaged in the so-called underground church. After the fall of Communism in November 1989, he was one of the key conservative politicians in Slovakia. In the period 1990 – 2010 he was a member of the Slovak parliament and chaired the Slovak parliament in 1990 – 1992. In 2004 and 2008, he ran for presidency of the Slovak Republic. In 2008 he left the Christian Democratic Movement (KDH) and co-founded a new party, Conservative Democrats of Slovakia.

Czechoslovakia[16]. Back then, those in power labelled him in the media an anti-church element, whose acts solely at his own instigation and without the blessing of the church officials in charge.

It is a common experience of the members of the Church that potential deficiencies of an 'object' are reported immediately and – as a rule – directly to higher instances. The biblical principle of discussing a problem face-to-face first, then with a witness, and only afterward with the whole community seems to have completely evaporated. In December 2013, the Slovak government increased salaries of priests by 16 EUR. In reaction to this step, Filip Čierny, a Franciscan priest known for his media presence criticised on his video blog, the financial dependence of the Church and the humiliating 'bowing' of church officials before the state. His fellow brother living on the same corridor found his words exaggerated, and so he decided to send a letter directly to their superior. He asked that the media activity of his brother Filip is prohibited. I myself was too confronted with similar experience. After I published a scholarly article on marketing of the Catholic media in *Nové horizonty* (New Horizons), a quarterly theological and cultural review, the chief editor of the *Katolícke noviny* weekly, Ivan Šulík, sent an anxious letter about the lack of professionalism, incapacity and unethical actions directly to the rector of my university, the respective bishop as well as the chief editor of the quarterly review. When we discussed this matter at home, we arrived at a conclusion that the only addressee missing was the director of the planet...

Those with totalitarian power do not need martyrs (nor crowds that follow them). Therefore, as concluded by Cyril Vasiľ, they attempt to accuse their enemies of so-to-speak 'normal', non-ideological crimes (2014). One can follow this pattern in the fates of a number of political prisoners. Condemned priests and bishops were not accused of their fidelity to God. Based on their brave and selfless actions they were accused of treason, espionage, organising a revolt, or one of the most favourite accusations of 'impeding the state control over the Church'. Any pretext for adding anti-Semitism, Aryanization or sabotage was used to increase the penalty. And that is exactly what we see in modern-day Slovakia. Those who do not 'hold the line' often face accusations from higher levels, some of which are truly on the edge of common sense. The story of R. Bezák, mentioned many times in this text serves once again as a good example. Indeed, the notorious 'Eleven Questions'[17], sent to R. Bezák by the Vatican Congregation for Clergy has added a tragicomic twist to this case.

Based on the communication patterns described above and present in the Church, those affected may get a sense they are treated "just like back then". However, such expressive and offensive comparisons – whether or not relevant – tend to deteriorate rather than improve the current state of affairs. As they do not represent a suitable communication instrument I am convinced they should be rejected. However, in some forums or within certain contexts, they do have certain informative value and they are worthy of a deeper reflection and – indeed – a self-reflection too.

Conclusion

I have attempted to analyse the Church – media relation based on my insights into both what annoys and what is welcomed by either of the parties. I have enumerated several potential causes and

[16] Candle demonstration, also called the Bratislava Good Friday, which was a peaceful demonstration of citizens for religious and citizens' rights and freedoms in the socialist Czechoslovakia. It took place on 1988 in the Hviezdoslavovo square in Bratislava. This event can be regarded as the climax of the activities of the underground church in the Communist Czechoslovakia and a systemic beginning of the definitive fall of the Communist totalitarian regime in Slovakia, which followed 17 November 1989. By the drastic action taken by the Public Security troops (state police force) and the State Security (state intelligence service) against the protesters, the citizens' rights and freedoms, especially the freedom of assembly were seriously infringed.

[17] The so-called 'Eleven Questions' is a part of the correspondence between the Archbishop Bezák and the Vatican Congregation for Bishops, which took place after the visit of the Trnava archdiocese beginning 2012. After publishing the document, many journalists find pleasure in pointing to questions about wearing jeans, taking shower in public showers or working out at gyms. The questions were first aired by the news television station TA3 on 16 July 2012, and they are available at http://www.ta3.com/clanok/1002579/vatikan-sa-pytal-bezaka-aj-na-celibat-a-financovanie-arcidiecezy.html.

consequences of this phenomenon. Based on the above one may infer the following challenges faced by both parties: journalists are expected to seek a deeper knowledge of the church environment and the Church is expected to spread the atmosphere of understanding and openness. By knowledge I mean a grasp of the processes, terminology and rules within the Church. By depth I mean the willingness to put in an extra effort in discovering the value of a phenomenon or an event which *prima facie* does not seem to carry any *news value*. By understanding I mean accepting the rules of the craft of journalism, accommodating these rules and having the courage to be open and 'normal'. As psychologists use to say, this is the hardest thing to do...

In this respect a new question ensues: Is faith a prerequisite for a correct interpretation of church events? Does a journalist need to be a believer in order to correctly process a religious message and insert it to the correct frequency of his or her medium? Is *sentire cum Ecclesia* an inevitable condition of correctly informing about the Church and the Gospel? These questions were dealt with in my previous works. I concluded that an established empathy with the Church gives the journalist a head start for a successful transmission of a religious message (2010, p. 196). However, this conclusion can be argued against and so would be very interesting to explore the question in more detail.

Finally, I would like to add a short disclaimer. Students attending my class on journalistic genres know well that a commentary is much more powerful when it provokes a discussion than any published material that uses worn-out clichés. This is equally true of any published reflection or argument. Should anyone find my statements all too concrete, expressive or one-sided, I would like to assure the reader that this perception might probably be ascribed to a habitual journalistic style I have developed. Therefore I humbly ask the reader to perceive the above reflection as an honest attempt to seek the truth free of any malice or anti-church bias.

BIBLIOGRAPHY

Aristotle. 1994. *Rhetorica*. Translated by John Henry Freese. Cambridge, MA, London: Harvard University Press.

Bahonar, Nasser. 2009. Policy of Religious Media in Iran: Interactive, Dynamic and Convergent System of Religious Communication. *Asian Journal of Social Science* 2: 242–255.

Bechný, Ľubo (ed.). 2013. *Followers of Christ*. Žilina: Vifo.

Beránek, Josef. 2001. *Conversations with Peter Kolář*. Brno: Cesta.

Brečka, Samuel, Branislav Ondrášik, and Richard Keklak. 2010. *Media and Journalists in Slovakia 2010*. Bratislava: Eurokódex.

Brečka, Samuel. 2010. Journalistic Profession as a Subject of Media Research I. *Inquiries into Journalism* 3-4: 25–42.

Brečka, Samuel. 2011. Journalistic Profession as a Subject of Media Research II. *Inquiries into Journalism* 1-2: 16–34.

Brečková, Danica, and Ľudovít Šrámek. 1991. *Daily News Journalists in Slovakia. A Report from the Sociological and Social and Psychological Research into Daily News Journalists*. Bratislava: Centre for Study of Journalism.

Celli, Claudio. 2009. *The Role of Mass Communications in Evangelization*. Presented at a conference held in Dallas (Texas) on 30 January – 1 February 2009. Zenit archive: http://www.zenit.org/en/articles/media-and-evangelization. Accessed 21. May 2014.

Cicero, Marcus Tullius. 1998. *L´Oratore*. Milano: A. Mondadori.

Coman, Mihai. 2014. *Religion AS media and media AS religion*. Presented at the conference *God's message – human language. Opportunities and Limits of Media*, held at the Philosophical Faculty of the Catholic University in Ružomberok on 28 – 29 April 2014. A video recording of the lecture is available at: religionmedia.ku.sk.

Contreras, Diego. 2007. "Framing" e "news values" nell´informazione sulla Chiesa cattolica. In *Direzione strategica della comunicazione nella Chiesa: nuove sfide, nuove proposte*, eds. Juan Manuel Mora, Diego Contreras, and Marc Carroggio, 121–136. Rome: EDUSC.

Cruz, Deirdre de la. 2009. Coincidence and Consequence: Marianism and the Mass Media in the Global Philippines. *Cultural Anthropology* 3: 455–488.

Dart, John, and Jimmy Allen. 1993. *Bridging the Gap: Religion and the News Media*. Nashville : Freedom Forum First Amendment Center.

Dart, John. 1997. Covering Conventional and Unconventional Religion: A Reporter´s View. *Review of Religious Research* 2: 144–152.

Dluhý, Rastislav. 2013. Media Effects of Basic Christian Message Presented on Television. *Revista Română de Journalism Comunicare* 2-3: 69 – 79.

Dulles, Avery. 1994. Religion and the News Media: A Theologian Reflects. *America* 9: 6–9.

Dulles, Avery. 2009. *Evangelization for the third millennium*. Mahwah, NJ: Paulist Press.

Fogaš, Peter. 2014. Achilles' Heel of the Head of the Church. *Postoy*. Archive Postoy: http://www.postoy.sk/content/achilovka-hlavy-cirkvi. Accessed 21 May 2014.

Gazda, Imrich. 2009. Presentation of Religious Events in Printed Media. In *Quo Vadis Mass Media*, eds. Beata Slobodová, Ján Višňovský, 389–400. Trnava: Faculty of Mass Media Communication of the University of St Cyril a Methodius in Trnava.

Gazda, Imrich. 2011. The Presentation of Religious Themes in Secular Media. In *Religious Messages in Media*, eds. Terézia Rončáková, Daniel Lysý, 77–99. Rome: EDUSC.

Gazda, Imrich. 2014. The Role of Social Networks in the Church Environment. In *Opportunities and Threats in Communication of the Church in the 21st Century*, ed. Petra Koudelková, 43–53. Prague: Charles University in Prague, Faculty of Social Sciences.

Gonzalez Gaitano, Norberto. 2010. *Public Opinion and the Catholic Church*. Rome: EDUSC.

Hanus, Ladislav. 1997. *The Principle of Pluralism.* Bratislava: Lúč.

Hill, Harvey, John Hickman, and Joel McLendon. 2001. Cults and sects and doomsday groups, oh my: Media treatment of religion on the eve of the millennium. *Review of Religious Research* 1: 24–38.

Hoover, Stewart M., and Shalini S. Venturelli. 1996. The category of the religious: The blindspot of contemporary media theory? *Critical Studies in Mass Communication* 3: 251–265.

Hoover, Stewar M., and Lynn Schofield Clark. 1997. Event and Publicity as Social Drama: A Case Study of the RE-Imagining Conference. *Review of Religious Research* 2: 153–171.

Iłowiecki, Maciej, and Tadeusz Zasępa. 2003. *The Power and Poverty of Media*. Bratislava: Tipi universitatis Tyrnaviensis, VEDA.

Jirák, Jan, and Jaromír Volek. 2007: Professional Self-Image of the Czech Journalists: Selected Attributes. *Mediální studia* 4: 358–375.

Khojaste, Hassan, and Abdolhosein Kalantari. 2009. The Media Rituals: The Relationship between Media and Religion. *Asian Journal of Social Science* 2: 284–304.

Kolková, Terézia. 2002. Religious Style in Periodical Print I, II. *Inquiries into Journalism* 1–2/3–4: 113–118/268–274.

Kolková, Terézia. 2008. Journalistic Contrasts in Covering Ideological Topics. In *Developments in Print and Radio Newscast*, ed. Gabriela Magalová, 36–52. Nitra: Constantine the Philosopher University.

Lapko, Róbert. 2008. Fulton J. Sheen – Life is Worth Living. Kostelní Vydří: Carmelite Publishing House.

Makuchowska, Marzena. 1995. Styl religijny. In *Przewodnik po stylistyce polskiej*, ed. Stanisław Gajda, 449–459. Opole: Drukarnia Wydawnictwa Św. Krzyża w Opolu.

Meyer, Birgit, and Annelies Moors (eds.). 2006. *Religion, media, and the public sphere*. Bloomington/ Indianapolis, Indiana: Indiana University Press.

Meyer, Birgit. 2008. Media and the senses in the making of religious experience: an introduction. *Material Religion* 2: 124–134.

Minařík, Petr. 2012. Bezák's Media Storm. *SME* 21. 12. 2012. SME archive: http://komentare.sme.sk/c/6645964/bezakova-medialna-smrst.html. Accessed 21. May 2014.

Mistrík, Jozef. 1991. Religious Style. In *Studia Academica Slovaca*, 163–175. Bratislava: Alfa.

Mlacek, Jozef. 2012. *Stylistics of Religious Communication (Reflexions on Definitions and Stylistic Complexity).* Ružomberok: Verbum.

Olekšák, Peter. 2011. Some Remarks on the Relation of the Church and the Media. In *Media, Man and Society in the Process of Globalization*, Tadeusz Zasepa et al., 99–105. Sankt Ottilien: EOS.

Richardson, James T., and Barend van Driel. 1997. Journalists´ Attitudes toward New Religious Movements. *Review of Religious Research* 2: 116–136.

Rončáková, Terézia. 2009a. *At the Intersection of Religious and Journalistic Style II. How the Church Speaks Media Language.* Ružomberok: Philosophical Faculty of the Catholic University in Ružomberok.

Rončáková, Terézia. 2009b. *At the Intersection of Religious and Journalistic Style I. When the Church Wants to Speak Media Language*. Ružomberok: Philosophical Faculty of the Catholic University in Ružomberok.

Rončáková, Terézia. 2010. *At the Intersection of Religious and Journalistic Style III. Can the Church Speak Media Language?* Prague: Pauline Publishing House.

Rončáková, Terézia. 2012. Mass Media Coverage of Religious Topics: Understanding *Topoi* in Religious and Media Arguments. In *Christian Churches in Post-Communist Slovakia: Current Challenges and Opportunities*, eds. Michal Valčo, and Daniel Slivka, 457–484. Salern: Center for Religion and Society, Roanoke College.

Rončáková, Terézia. 2013a. Argumentation Schemes in Media Coverage of Religious Topics. Media Coverage of the Removal of Archbishop Róbert Bezák from the Management of Trnava Archdiocese. *Revista Română de Journalism Comunicare* 2-3: 6–17.

Rončáková, Terézia. 2013b. Can the Church use media communication channels? Inherent Features of Media Communication Channels Relative to Religious Messages in the Media. *Central European Journal of Communication* 1: 67–88.

Rončáková, Terézia. 2013c. Coverage of the Bezák Case by Slovak Media. *Universum* 3: 28–31.

Rončáková, Terézia. 2013d. New Evangelisation Through Media. In *Quo vadis, Slovakia?*, 19–28. Bratislava: Ladislav Hanus Fellowship and Collegium of Anton Neuwirth.

Rončáková, Terézia. 2013e. *Provocation in Homily. Favourite Preachers in Slovakia: The Relation Between Efficiency and Provocation of Performance.* A paper presented at the conference Język homilii i kazań po 1989 roku, held on 16. – 18. 9. 2013 in Kalwaria Zebrzydowska in Poland.

Rosenthal, Michele. 2007. *American Protestants and TV in the 1950s.* New York: Palgrave Macmillan.

Rothenbuhler, Eric. 1998. *Ritual communication: From everyday conversation to mediated ceremony*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Rothenbuhler, Eric, and Mihai Coman. 2005. *Media Anthropology*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Silk, Mark. 1995. *Unsecular Media: Making News of Religion in America*. Chicago a Urbana: University of Illinois Press.

Silk, Mark. 1997. Journalists with Attitude: a Response to Richardson and van Driel. *Review of Religious Research* 2: 137–143.

Slovák, Vladimír. 2009. Diskusný Discussion contribution at the Conference 'Do the Catholic Media Fulfil their Role in Slovak Society? II., eds. Peter Kravčák, and Miroslav Volček, 79–81. Ružomberok: Catholic University in Ružomberok.

Stolow, Jeremy. 2005. Religion and/as media. *Theory Culture & Society* 4: 119–145.

Sumiala, Johanna. 2012. *Media and Ritual.* London: Routledge.

Šúst, Juraj. 2014. *Beauty, Truth and Good: Three Pillars of Communication of the Gospel Message*. Presented at the conference *God's Message – Human Language. Opportunities and Limits of Media*, held at the Philosophical Faculty of the Catholic University in Ružomberok 28. – 29. apríla 2014. A video recording of the lecture available at: religionmedia.ku.sk.

Tarina, Roman. 1998. Growing to a Dialogue. An Interview with the Director of Rádio Lumen, Vladimír Slovák. In *Kaplnka.sk*. Kaplnka archive: http://www.kaplnka.sk/dimenzie/apr98/7lumen.htm. Accessed 21. May 2014.

Thomas, Pradeep Ninan. 2008. *Strong Religion, Zealous Media: Christian Fundamentalism and Communication in India*. New Delhi: Sage.

Wiltgen, Ralph M. 1967. *The Rhine flows into the Tiber. A History of Vatican II*. New York City: Hawthorn Books.

Vasiľ, Cyril. 2014. *Catholicity at Catholic Universities*. A Lecture at the Collegium of the Catholic University in Ružomberok on 1 April 2014. Available at: http://www.ku.sk/images/stories/Katolicita_na_katol%C3%ADckych_univerzit%C3%A1ch.pdf.

Wojtak, Maria. 1992. O początkach stylu religijnego w polszczyźnie. In *Stylistyka I.*, ed. Stanisław Gajda, 90–97. Opole: Drukarnia Wydawnictwa Św. Krzyża w Opolu.

Wright, Sturart A. 1997. Media coverage of unconventional religion: Any "good news" for minority faiths? *Review of Religious Research* 2: 101–115.

Yeganeh, Mohammad Reza Javadi. 2008. Programs of Radio-Television in Tehran. *Journal of Media & Religion* 1-2: 70–83.

Iulian Boldea, Cornel Sigmirean, Dumitru-Mircea Buda (Editors)
MULTICULTURALISM THROUGH THE LENSES OF LITERARY DISCOURSE

ȘTEFAN BÂRSĂNESCU – REPREZENTANT EMINENT AL PEDAGOGIEI CULTURII

Simona-Andreea Șova
PhD. Student, "Ion Creangă" University of Chișinău

The social, economic and political condition, as well as the cultural movement (ideological, philosophical and scientific) in the inter-war period, marked by deep unrest, have strongly influenced the evolution of the Romanian school and pedagogical thinking.

The herein paper presents facts from the life and activity of Ștefan Bârsănescu, relevant for the outlining of his belonging to the philosophical pedagogy of his time, more specifically to the "pedagogy of culture" direction derived from this approach. His educational pathway, his professional excellence can be placed under the ideas of this current. Spranger's theory, whose disciple he was, stipulates that the human being cannot be understood outside the values of culture. The merit of this orientation in pedagogy is that of reconciling the opposition between individual and social, through their interdependence.

The goal of education, to form the "cultural personality", is not only theorized in Bârsănescu's work, but also present in his pedagogical pursuits: types of lessons, the teacher's personality, the stages of the lesson, forms of education.

Ștefan Bârsănescu stands out for his effort of offering pedagogy the status of science in the first pedagogical epistemology work written in our literature (today also few) "Unitatea pedagogiei contemporane ca știință" (The Unity of Contemporary Pedagogy as a Science) (1936, 1976). His works in the field of the history of pedagogy are focused on the discovery of cultural values that marked the different historical periods and especially those in which there were not many written sources. The analysis of the politics of culture in Romania confirms the close connection between the cultural values promoted by society and education. In the first theoretical work of aesthetic education in the Romanian pedagogy "Educația estetică" (Aesthetic Education) (1961) he describes and exemplifies, starting from the aesthetic ideal: the purpose, dimensions, methods, means of achievement and principles of aesthetic education. Here we can find the most faithful reflection of his mindset as an advocate of the pedagogy of culture.

Involving the entire mental life – intellectual, volitional, affective - in the process of bringing cultural values closer to one another, it is considered that through the pedagogy of culture it will be possible to cultivate the aspiration of individuals towards the great "eternal" ideals of humanity.

Key-words: *Pedagogy of culture, Cultural values, Aesthetic education, Cultural personality, Pedagogical epistemology, Unity*

Ștefan Bârsănescu s-a născut în 1895, 4 martie, în comuna Vipereşti, județul Buzău, unde a frecventat clasele primare. La Buzău face studiile secundare (seminariale) care îi conferă o trainică pregătire lingvistică (greacă și latină), competență solidă intens valorificată în activitatea filozofică și științifică de mai tîrziu. Și-a continuat studiile superioare la Universitatea din Iași, obținînd în 1919 licența în drept și în 1921 licența în filosofie. A făcut o specializare în pedagogie la Berlin, dar și

călătorii de studii în alte țări ale Europei. În anul 1925 obține doctoratul în filozofie cu teza „Emil Boutroux - viața, opera și filozofia sa". După terminarea studiilor a fost asistent la catedra de psihologie, apoi profesor și director al Școlii normale de băieți din Iași, iar în 1933, după pensionarea lui Ion Găvănescul devine profesor de pedagogie la Universitatea din Iași. Membru corespondent al Academiei Române din 23 martie 1963, Ștefan Bârsănescu a trecut în neființă la 7 noiembrie 1984.

Perioada cît a fost profesor la Școala Normală „Vasile Lupu" din Iași l-a apropiat de copil și învățător, de problemele acestora, de pedagogie și psihologie.

A elaborat o bogată operă scrisă de o ținută academică, erudită în care și-a conturat concepția filozofică și pedagogică de susținător al pedagogiei culturii și de istoric al pedagogiei românești. Dintre lucrările sale amintim: „F. W. Foerster. Sinteză doctrinară" (1926), „Clasa de elevi. Studiu de psihopedagogie "(1929), „Misionarism și concepția despre lume la elevul seminariilor și al școlilor normale" (1930), „Pedagogia" (patru ediții : 1932, 1933, 1936, 1938), „Școala germană. Note și impresii"(1933), „Didactica" (1935), „Unitatea pedagogiei contemporane ca știință" (1936 și 1976), „Politica culturii în România contemporană" (1937), „Tehnologia didactică. Prelegeri universitare" (1941). A fost coautor la „Dicționarul de pedagogie contemporană" (1968) și coordonator al manualului de „Istoria pedagogiei" (1969).

Discipol al lui Spranger la Universitatea din Berlin, Ștefan Bârsănescu a fost promotorul cel mai consecvent al principiilor „pedagogiei culturii". Teoria elaborată de Eduard Spranger se întemeiază pe concepția „filosofiei vieții" asupra „științelor spiritului", cu precădere pe psihologia structuralistă, pe teoria valorilor și filozofia culturii. Ființa umană este constituită din natură și spirit, iar spiritul cunoaște două ipostaze: spriritul obiectiv – constituit din valorile culturale ale adevărului, binelui, frumosului, dreptului și spiritul subiectiv, individual. Eul ca spirit subiectiv nu poate fi înțeles decît prin raportarea sa la spiritul obiectiv, la ansamblul valorilor culturii în care se integrează. Omul devine om prin asimilarea culturii obiective. „Viața" culturii se manifestă în două direcții: crearea de cultură și transmiterea culturii în spiritele generațiilor tinere. Cea de-a doua direcție de desfășurare a culturii prin care valorile obiective se transformă în valori subiective, nu este altceva decît educația. Pedagogia culturii tinde astfel să depășească tendințele unilaterale ale unor curente larg răspîndite în epocă: opoziția dintre pedagogia socială și cea individualistă, dar mai ales dintre pedagogia intelectualistă herbartiană și pedagogia voluntaristă. Fiecare dintre aceste teorii reduce fenomenul educațional la un singur aspect al vieții psihice: fie la cel cognitiv, fie la cel volitiv, ambele nesocotind complet viața afectivă.

În concepția pedagogiei culturii, fenomenul educației, ca act de cultură, implică trei momente: receptarea bunurilor culturii, trăirea, vibrarea pentru idei și creația culturală, ca obiectivare a spiritului subiectiv. Luarea în considerare a trăirii valorilor culturale dezvăluie caracterul complex al educației, dezvoltînd astfel toate aspectele vieții psihice. Omul nu este numai intelect și voință, ci și emoții, sentimente, care au un rol considerabil în învățare. Astfel se pun bazele învățămîntului educativ.

Scopul educației este în concepția lui Ștefan Bârsănescu formarea *personalității culturale* caracterizată nu numai prin stăpînirea cunoștințelor, ci și prin capacitatea de a se devota binelui, frumosului și de a crea valori culturale.

Concepția pedagogică a lui Ștefan Bârsănescu, așa cum s-a conturat ea în perioada interbelică, ne apare unitară și consecventă în toată opera sa. Încercînd să spargă unele tipare devenite tradiționale, chiar și pe acelea implementate de profesorul Găvănescul la Iași sau de G. G. Antonescu, profesor la București, nu se poate desprinde de curentele epocii.

Esența concepției sale se găsește în mod complet și evident în lucrarea pe care el însuși o consideră o încoronare a operei sale „Unitatea pedagogiei contemporane ca știință" (1936)– o cercetare de epistemologie pedagogică, o analiză dintr-o nouă perspectivă, unică pînă la acel moment în România. Întrebările esențiale ce constituie repere de analiză ale diferitelor momente în costituirea pedagogiei sunt: „Are pedagogia un domeniu unitar de studiu pe care să-l examineze dintr-o perspectivă proprie și metode obiective de cercetare?" Acestea sunt criteriile definirii unei științe, iar lucrarea își propune să răspundă acestor întrebări pentru a valida statutul de știință al pedagogiei.

În drumul spre științifizare a pedagogiei, analizînd ultimele două decenii ale sec. al XIX-lea și pînă în anul 1935, prin metoda istorică și folosind materialul istoric ca mijloc de documentare și argumentare, Bârsănescu identifică patru stadii ale evoluției pedagogiei ca știință:

1. Stadiul pedagogiei clasice – pînă la 1900 - caracterizat prin dependența de filozofie în ce privește idealul educațional, inexistența unor metode obiective de cercetare și în consecință el consideră că pedagogia nu este o știință, ci o "disciplină";

2. Stadiul pedagogiei experimentale (1900-1919) – de remarcat desprinderea pedagogiei de filozofie, utilizarea metodei experimentale ca o cale inductivă de construire a teoriei. Pedagogia devine o știință complexă, o „enciclopedie de științe", susținută de cercetări experimentale colective. Dificultatea acestei perioade vine din pierderea unității de obiect: pedologia și pedagogia experimentală considerau copilul ca obiect al investigației, căruia i se adăugau și unele elemente de teorie a educației și de psihologie pedagogică (studiul asupra educatorului).

3. Stadiul pedagogiei ştiinţifice (1919-1930) – se desfăşoară cercetări ample asupra psihologiei copilului, adolescentului şi tînărului, se dezvoltă noi ramuri ale pedagogiei –morală, a familiei, a adulţilor, se cercetează pe baza unor metode ştiinţifice atît teoria educaţiei cît şi psihologia pedagogică, pedagogia devenind o ştiinţă inductivă a educaţiei.

4. Stadiul perspectivelor de dezvoltare după 1930 – pedagogia îşi reface unitatea, devenind o ştiinţă a fenomenului educaţiei, folosind căi inductive de cercetare, specifice ştiinţei moderne.

Ţelul lucrării este exprimat chiar de autor „Numai cunoscînd trecutul unei ştiinţe se poate lucra mai departe pe linia progresului ei firesc."

Ştefan Bârsănescu reia după 40 de ani, în 1976, problematica unităţii pedagogiei ca ştiinţă, căutînd răspunsul la întrebarea dacă şi-a asigurat pedagogia unitatea ca ştiinţă, prin abordarea unitară a domeniului de cercetare, prin unitatea de stil, prin unitatea de sistem.

A doua ediţie este completată cu dezvoltarea pedagogiei în perioada 1936-1976, „partea cea mai importantă şi de actualitate, care oglindeşte în mod obiectiv progresele ştiinţei educaţiei, nebănuite în deceniile anterioare".

Subliniem meritul lui Ştefan Bârsănescu de a evidenţia efortul de ştiiţifizare a pedagogiei, început în anii 1900, continuat în perioada interbelică, prin depăşirea caracterului unilateral al pedagogiei experimentale, limitată la studierea copilului şi prin studierea fenomenului educaţional în care sunt implicaţi elevul, educatorul, conţinutul procesului instructiv-educativ. Detaşarea de realitatea social-economică şi lipsa explicaţiilor diferitelor orientări prin adeziunea la o anume direcţie filozofică determinată istoric îi permite autorului să contureze argumente pentru "unitate" acolo unde G.G. Antonescu nu vedea decît "haos".

Deoarece studiile pedagogice ale vremii cunoşteau o creştere cantitativă şi o diversificare a curentelor, nu o dată contradictorii, Ştefan Bârsănescu caută unitatea, trăsăturile dominante ale mişcării pedagogice pe plan naţional şi internaţional şi tendinţele ei fundamentale ca ştiinţă.

Aspirînd spre personalitatea culturală, Bârsănescu nu s-a putut delimita de realităţile pedagogice ale vremii. În deceniile trei sau patru se căutau soluţii pentru ca şcoala românească, realizînd instrucţia pe clase şi lecţii, să se desprindă de sub dominaţia spiritului herbartian. Totuşi, bazîndu-se pe tezele fundamentale ale pedagogiei culturii şi fiind un spirit mai pozitiv decît Spranger, profesorul Bârsănescu ajunge la ideea tipurilor de lecţie pe care le prezintă în volumul „Tehnologia didactică" (1939): a) lecţii cu precădere de transmitere a culturii; b) lecţii în care accentul se pune pe trăirea, manifestarea sentimentelor de admiraţie pentru valorile spirituale şi c) lecţii de formare a capacităţii de lucru a şcolarilor în vederea unei creaţii culturale valoroase.

Educaţia este, în concepţia lui Ştefan Bârsănescu, „un complex de acţiuni care izvorăsc din iubirea pe care educatorul o simte faţă de copil", această înclinare duioasă avînd înţelesurile de „îngrijire, îndrumare şi cultivare", iar activitatea educativă îşi propune să apropie pe copil de un anumit ideal de om. „Tot omul rîvneşte să se ridice la starea naturală către o stare de perfecţiune a fiinţei sale, spre a deveni un om superior, o fiinţă ideală: o personalitate". O pedagogie a personalităţii, a formării individualităţii prin cultură, este chintesenţa crezului pedagogic al profesorului Ştefan Bârsănescu.

Analizînd evoluţia didacticii de la Comenius, care punea semnul egalităţii între pedagogie şi didactică, pînă în sec. XX, Bârsănescu o defineşte ca „ştiinţa sau disciplina care studiază învăţămîntul educativ", ea fiind „numai un capitol al pedagogiei". În sfera problematicii didacticii, el consideră trei domenii de importanţă majoră: psihologia copilului şi condiţiile psihologice ale învăţămîntului, teoria instrucţiunii care cuprinde conţinutul şi tehnologia didactică şi învăţătorul. Bârsănescu propune un plan de lecţie structurat pe etape: pregătirea dispoziţiei şcolarilor, comunicarea cunoştinţelor, prelucrarea cunoştinţelor, generalizarea, sistematizarea sau recapitularea, valorificarea cunoştinţelor. În acelaşi timp el militează pentru o flexibilitate a planului de lecţie în funcţie de şcoală, clasă, materie şi tipul activităţii. A fi dascăl, în viziunea lui Ştefan Bârsănescu, echivalează cu „a sta în serviciul unei trebuinţe eterne", „funcţia de învăţător fiind o funcţie originară a tuturor societăţilor umane".

Viziunea profesorului Bârsănescu asupra pedagogiei contemporane demonstrează spiritul în care şi-a conceput propriile idei în cadrul acestei pedagogii. Ele sunt prezente în toată opera sa, dar mai ales în manualul de didactică, în cel de pedagogie, în lucrările "Învăţătorul român contemporan şi destinul neamului" şi "Politica culturii în România contemporană", în nenumăratele studii de psihologie făcute la Şcoala Normală "Vasile Lupu" din Iaşi.

Manualele respectă programele analitice oficiale pentru şcoli normale şi seminarii şi aprobate de minister. Pe coperta manualului de pedagogie apare recomandarea şi pentru studenţi. Deducem că şi cursul predat la universitate (mai dezvoltat desigur) era ţinut în acelaşi spirit şi structură şi că nu tot ce e scris în ambele lucrări aparţine în conţinut autorului. Totuşi, din lectură se poate observa că ambele lucrări au o evidentă amprentă personală : mai multă erudiţie decît în manualul obişnuit şi un orizont mai larg.

Cursul de pedagogie conţine două părţi: o parte generală (omul şi educaţia lui, pedagogia ca ştiinţă a educaţiei) şi una ce cuprinde părţile componente ale educaţiei (educaţia fizică, educaţia morală, educaţia socială, educaţia estetică, educaţia religioasă şi educaţia intelectuală). Fiecare parte componentă este tratată atît sub aspect teoretic, cît şi practic, — tehnica educaţiei respective, ceea ce alţii denumesc „metodici".

Una din cele mai originale lucrări ale lui Ștefan Bârsănescu este ”Politica culturii în România contemporană”- cu subtitlul ”studiu de pedagogie”. Poziția sa față de fenomenul educativ, care însoțește omul de la naștere pînă la moarte (ideea educației permanente) și ideile pedagogiei culturii pe care le susține, determină uneori contopirea noțiunilor de educație şi cultură, în foarte multe aspecte. Strînsa legătură dintre cultură și educație este dovedită în contemporaneitate mai ales de criza culturii premergătoare celui de-al doilea război mondial care se răsfrînge în mod direct asupra educației, iar soluția depășirii acestui impas este dezvoltarea educației.

Studiul profesorului Bârsănescu este o cercetare concretă, cu obiect precis: situaţia din ţara noastră sub trei aspecte: politica culturii şi politica educaţiei în Constituţiile ţării noastre; organizarea culturii în România vremii contemporană lui și tehnica politicii culturii.

Metoda folosită de Bârsănescu este interesantă: studierea comparativă a politicii culturii şi educaţiei reflectată în Constituţie cu concepția oamenilor noştri de cultură („vizionarii neamului” cum îi numește). Autorul constată că în Constituţie politica culturală și educativă este vagă şi inactuală, de unde şi inaplicabilitatea ei, în vreme ce „la gînditorii români, spiritul politicii culturale e cu totul diferit: e nou, e larg, e actual“. Analizînd organizarea educației și a culturii educative, autorul constată de asemenea că „aparatul de stat pentru educaţie e dezvoltat, în schimb este rudimentar cel pentru propagarea culturii; iar în domeniul creaţiei acest aparat face numai impresia că este dezvoltat“. Bârsănescu nu se întreabă şi nici nu cercetează mai adînc cauzele acestei situaţii. Apare însă o altă problemă: Cît erau de juste aceste observaţii, desprinse de orice consideraţii clarificatoare, cu privire la determinantele social-economice?

În ansamblu, studiul este interesant (şi concepţia de asemenea), încadrîndu-se armonios în epoca la care ne referim în concepția cultural-pedagogică a autorului ei.

O bună parte a operei sale pedagogice constă în lucrări de istorie a pedagogiei. În accepțiunea sa, obiectul acestei ramuri a pedagogiei îl constituie istoria ideilor, a teoriilor și concepțiilor pedagogice românești, iar cercetarea practicii educative interesează numai în măsura în care „ajută la fixarea pedagogiei unei epoci”.

Problemele educației, ca activitate concretă, se studiază separat, de către istoria educației. Dintre cei care se ocupă de aspectele teoretice ale educației, Bârsănescu distinge trei categorii: 1. Autorii de sisteme pedagogice, care au ajuns la concepția generală asupra educației (Vl. Ghidionescu, G. G. Antonescu, I. Găvănescul, C. Narly); 2. Cercetători de probleme școlare sau de educație – cei care dau soluții în anumite probleme educaționale- (O. Ghibu, I. I. Gabrea, D. Muster, V. Pavelcu ș. a.); 3.

Reformatorii şcolari sau culturali – cei care fac evaluări ale reformelor, legislației sau politica şcolară şi pedagogică (S. Mehedinți, C. Angelescu, N.Iorga, D. Gusti, P. Andrei ş. a.)

Din ampla analiză asupra evoluției istoriei pedagogiei românești, Bârsănescu desprinde o serie de concluzii asupra voinței de educație a poporului român, pe diverse etape: pînă la sfîrşitul secolului al VIII-lea să se facă din fiecare om un înțelept cu viața creştină ortodoxă; în secolul al XIX-lea s-a dat educației o orientare națională şi statală;după 1918 se constată o creştere prin cultură a capacității de afirmare a poporului român în istorie.

În dommeniul istoriei învățământului românesc din epoca feudală amintim lucrările sale „Schola latina de la Cotnari ”(1957), „Academia domnească din Iaşi” (1962) şi o serie de studii mai mici privind aceeaşi epocă. Ele conturează un tablou al vremii ce cuprindea educația, instituții de învățământ, gîndirea pedagogică şi dezvoltarea lor istorică, toate acestea constituind „istoriografia pedagogiei românești”. Alături de aceste aspecte privind învățământul, pentru a reconstitui atmosfera şi peisajul cultural al epocii, Bârsănescu a publicat „Pagini nescrise din istoria culturii românești” (1971), în care se resimt preocupările sale mai vechi. Aspectele cercetate, pe bază documentară, sunt: numele poporului român, prima formă de învățământ de durată la români – învățământul oral prin predică, prima şcoală pe pământ românesc - Şcoala de la Cenad, primele elemente de folclor şi de gîndire filozofică în vechi hrisoave din sec. al XIV-lea, forme de învățământ corelate cu Europa Occidentală. Amintim aici semnificația filozofică-pedagogică a unor elemente de cultură folclorică : un proverb de la 1387 la români, consemnat în documente privind Țara Românească – „Părinții mănîncă aguridă şi copiilor li se străpezesc dinții”. Analiza conținutului de idei, a formei de exprimare, de redactare conduc spre argumente de existență şi valorificare a culturii românilor, a educației din acele timpuri. Concluziile desprinse de autor sunt că acest proverb „e o dovadă despre locul pe care oamenii epocii în discuție îl acordau punctului de vedere pedagogic în gîndirea şi acțiunea lor” şi că „pe baza acestei dovezi indubitabile se poate emite ipoteza că ea ar putea fi şi mai veche”.

Bârsănescu a contribuit semnificativ şi în perioada postbelică la dezvoltarea pedagogiei prin activitatea de eminent profesor şi om de ştiință. El s-a preocupat de problema educației estetice, elaborînd, în colaborare cu lectorul universitar (atunci) George Văideanu, în 1962, prima lucrare de teoria educației estetice din literatura pedagogică românească - „Educația estetică”. În acepțiunea sa, educația estetică cuprinde două sensuri: cultivarea omului pentru a percepe frumosul (din artă cu precădere) şi pentru a se educa prin frumos. Primul sens îl constituie scopul, iar cel de-al doilea mijloc de realizare a educației estetice. El afirmă necesitatea cultivării gustului estetic prin dezvoltarea unor criterii de apreciere în concordanță cu adevăratele valori estetice şi emiterea unor judecăți de apreciere

pe baza acestor criterii obiective. Formarea atitudinii estetice (atitudinii adecvate şi creatoare faţă de frumos) cuprinde , în concepţia pedagogului, sensibilizarea faţă de frumos (”semnalarea promptă a frumosului, reacţia adecvată, tresărirea la întîlnirea cu frumosul”), cultivarea dragostei pentru frumosul din viaţa socială şi din artă şi manifestarea dragostei pentru frumos în acţiunile şi viaţa omului. Atitudinea omului devine astfel creatoare, îmbinînd sentimentul cu acţiunea, preţuirea frumosului cu practicarea şi crearea lui.

Pentru cel educat, frumosul devine o trebuinţă, iar pentru satisfacerea ei, omul va integra factorul estetic în viaţa sa, detestînd toate formele urîtului: ”monotonie sau împestriţare”, ”extravaganţă, vulgaritate sau grosolănie”. Sunt descrise laborios şi exemplificate mijloacele educaţiei estetice: cititul, privitul, meditatul, contemplaţia naturii, a arhitecturii, muzica cultă, a naturii, desenul, simţul ritmului, al mişcării. Interesantă este şi parcurgerea unor etape ce ţin cont de vîrsta elevilor (de la antepreşcolari pînă la studenţi) şi gradualitatea conţinuturilor educaţiei estetice. Foarte important este şi cadrul în care copilul învăţă, se joacă, trăieşte, dar şi îmbrăcămintea. Ştefan Bârsănescu face corelaţii între dezvoltarea cognitivă, educaţia intelectuală şi educaţia estetică în sensul în care operaţiile şi calităţile gîndirii sunt implicate în receptarea, înţelegerea şi crearea frumosului. ”Opera de artă solicită intens experienţa de viaţă a omului, îndeosebi experienţa sa afectivă.” Metodele prin care se realizează educaţia estetică sunt: lecţia, prelegerea, conferinţa, concertul sau spectacolul-lecţie, vizita însoţită de explicaţii, lectura unor lucrări de istorie sau teoria artelor. În detalierea acestora întîlnim cerinţa respectării principiilor didactice şi a cunoştinţelor de psihologia copilului. Regăsim în lucrare ideile centrale ale pedagogiei culturii al cărei reprezentant de marcă este Ştefan Bârsănescu.

Adept al ideilor pedagogiei culturii, consecvent preocupărilor sale, aplecat şi implicat asupra culturii şi educaţiei ca fenomene complexe ce pot constitui motoare de dezvoltare ale unei naţii, Ştefan Bârsănescu este un reprezentant valoros al pedagogiei căreia i-a demonstrat statutul de ştiinţă.

Iulian Boldea, Cornel Sigmirean, Dumitru-Mircea Buda (Editors)
MULTICULTURALISM THROUGH THE LENSES OF LITERARY DISCOURSE

SUCCESS & FAILURE FACTORS IN START-UP PROMOTION AND FIRM CREATION SUPPORT FOR ENTREPRENEURSHIP OF IVET STUDENTS IN ROMANIA

Micu Gheorghe, Profesor

Abstract

Although the legal framework, tax system and fiscal requirements are not the most predictable and stable, and the typical start-up founder dedicates 10 hours a day to growing the business, Romania is not entrepreneurship-adverse. It is among the countries whose youth are open to the idea of becoming entrepreneurs and has a high number of self-employed people.

The educational system is preoccupied by introducing entrepreneurial education across all the training levels – in different formats – including compulsory and optional disciplines within the curricula, extracurricular activities, inter-disciplinary approaches, regional and institutional initiatives, projects and competitions.

A wide range of free training materials is available and, in some cases even financing mechanisms.

The 'practice enterprise' method proved to be a success among technological high-school students and there are also a few powerful social actors outside the formal education system who are providing free entrepreneurial education opportunities and resources.

All those elements represent a great advantage - however - a series of limitations which cannot be ignored are still present.

The Romanian education system is a centralized one, but this doesn't necessarily mean there are no great disparities between different regions and especially between rural and urban IVET institutions. Many resources do exist and can be implemented as extracurricular activities – but this depends entirely on teachers' volunteering and willingness to get involved.

On the other hand, most of the approached are mainly theoretical – training courses, counselling, etc. However, VET students could seriously benefit from more practical approaches – such as prototyping centers within IVET training schools (those, with few exceptions, only exist within universities). They could create innovative products according to their professional qualification and then apply the theoretical entrepreneurship knowledge to create a business, sell them and raise capital for further activities. However, there is no clear legal framework for such approaches, and in most cases neither financing opportunities or material base as many of the technological schools have poorly equipped laboratories and no resources to invest in raw materials.

Another aspect is represented by the fact that some programs, including the 'practice enterprise' are only accessible to technological high school students from specific specializations (such as economic, services, commerce), although students with basic qualifications could also benefit from setting up social enterprises within their communities or becoming self -employed – as in some cases, rural areas do not provide massive employment opportunities.

The IVET system could benefit from more practical, hands on approaches, also addressed to students enrolled into basic qualifications programs – which would be complementary to the already existing initiatives.

A. BRIEF OVERVIEW OF IVET SYSTEM IN ROMANIA

Development of the IVET system in Romania is ensured by CNDIPT - Centrul National de Dezvoltare a Invatamantului Profesional si Tehnic (National Centre for Professional and Technical Education Development) - a public institution, subordinated to the Ministry of Education, established since 1998. Among other attributions, CNDIPT is responsible for elaborating and proposing to the Ministry of Education (MEN) policies and strategies for IVET development, mechanisms of organization and consultation of partnership structures necessary to develop IVET locally and regionally, coordinates the elaboration of professional preparation standards and IVET curricula. Also, it ensures the adaptation of IVET quality assurance instruments, proposes certification system for IVET, develops and implements professional trainings for IVET teachers and coordinates the elaboration of the training materials (curricular auxiliary manuals) used into the teaching process within the VET System.

CNDIPT operates at 3 main levels: *national* – proposing policies, strategies, legislation, etc. to the Ministry of Education, *regional* – through 8 Regional Consortia (responsible for elaborating action plans for regional development of education) – by providing consultancy and support, implementing quality assurance strategies, school development projects, and *local* – with 42 Local Committees for Social Partnership Development, working directly with IVET schools, School Inspectorates, economic operators/companies and social partners. Moreover, CNDIPT is coordinating the implementation of ECVET principles within the IVET system.

The Romanian education system is still a centralized one, coordinated and controlled by the Ministry of Education – however, this doesn't mean there are no significant disparities among regions, and especially between urban and rural schools.

The Romanian education system and implicitly the IVET system suffered numerous changes and 'reforms' during the last decade. However, since 2012, the IVET structure, with about 450 qualifications available, is the following:

-tertiary (non-university)– with a maximum of 3 years duration, approximately 200 qualifications;

-upper secondary – technological high-school – 4 years, 69 qualifications;

-professional training, 3 years, 131 qualifications;

-dual VET, introduced in 2017, with a 3 years duration

Through the 3 years professional training, students can obtain a level 3 EQF professional qualification certificate, after passing a certification exam.

In this type of IVET, practical (in company training) is taking a total of 24 weeks, 5 weeks in the first year (20% of the total time allocated to the programme), 9 weeks for the second year (60% out of the total programme time), and 10 weeks during the last year (72%).
Technically, tuition figures/numbers of places available/IVET schools are approved and established according to employer's demands.
Since 2016, due to economic operators' requirements, dual VET has been introduced, through a modification to the Law of Education.

How the curricula is created

IVET curricula development is coordinated by the CNDIPT, through a series of regional and local organisms. For each qualification, a Professional Preparation Standard is elaborated and reviewed/updated regularly – usually every 4-5 years. This document contains the description of knowledge, skills and competences to be acquired. Other support materials are also elaborated to correlate the learning contents and timing with the competences. Development of teaching, learning and evaluation materials is also coordinated by CNDIPT. For the practical training, the schools are free to develop their own curricula (however, it has to be approved by the local IVT coordinating organisms and school authorities, and o be in line with the Professional Preparation Standards). This is usually done by the coordinating technical disciplines teachers – and the involvement of companies within curricula creation remains low.
Dual VET involves an active partnership between schools and companies – with more responsibilities on the company's side – including curricula adapted to the labour market requirements. However, as it has been only recently introduced – there is not enough data to measure its success levels.

How IVET schools cooperate with other business sector

Practical training in companies is taking place based on a training contract between the school, the company and the student. Excepting for dual VET and some especially large companies who have the necessary expertise and infrastructure to undertake those issues, involvement from the company's side within student's orientation, evaluation and cooperation for curricula development

remain relatively low.

For the future years, a series of centralized initiatives meant to improve the involvement of the companies are planned, such as training tutors (within the companies). Meanwhile, a series of smaller initiatives are already taking place (e.g. as part of Erasmus+ VET Partnership Projects).

Erasmus+ internship experience

Erasmus + mobility projects are representing a real opportunity for VET students to develop their technical and transversal skills and for the schools to compensate for the lack of resources (e.g. poorly equipped in-site laboratories). The most frequent type of internships are short-term, in-company trainings. The competences acquired are then validated and recognized within the home organization of the students, and in many cases the ECVET system is used. As Erasmus+ National Agency's reports show, in 2018 alone, a number of 124 projects have been approved, and a 100% satisfaction level resulted from participants reports.

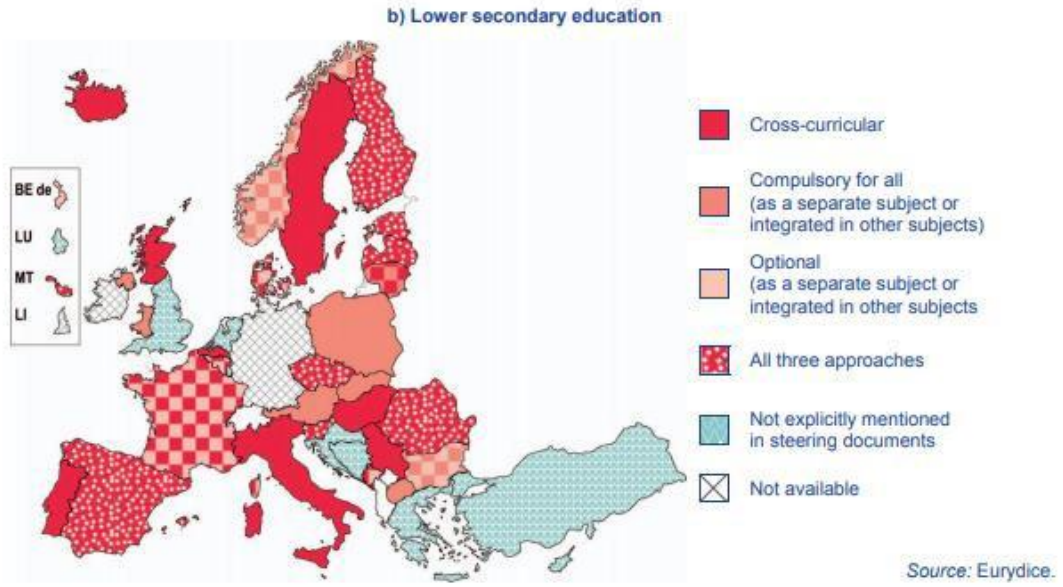
B. BRIEF OVERVIEW OF EXISTING DATA AND ANALYSES FOR ROMANIA

The Romanian IVET system does not benefit from a special entrepreneurship education strategy yet, however, entrepreneurial education is addressed through other strategic documents and initiatives at national level. According to the 2014 Eurydice Report 'Entrepreneurship Education at School in Europe', one of the most relevant national strategy is the 'Strategy for the Development of the Small and Medium sized Enterprises Sector' and for the Improvement of the Romanian Business Environment Horizon. Also, entrepreneurship education, also specifically in IVET is mentioned through the Education and Professional Development Strategy in Romania for 2016-2020.

It refers specifically to IVET underlining the need to extend the activities already implemented in order to develop students' entrepreneurial spirit and creativity. Also, one of its strategic targets is to increase the number of students involved in entrepreneurship training from 40000 in 201 to 50000 in 2020. Increasing the number of students participating in international mobilities is also a target (4600 in 2020 from 2800 in 2014).

The same Eurydice Report 'Entrepreneurship Education at School in Europe' shows that Romania is not entrepreneurship-adverse – by contrary being one of the countries with the highest number of people willing to become entrepreneurs (33% of respondents) and one of the highest rates of self- employment (11.2%).

In Romania, entrepreneurship is taught as a compulsory separate discipline, as an optional discipline and there is also a cross-curricular approach.



C. STATE OF EXISTING START-UP PROMOTION AND FIRM CREATION SUPPORT FOR IVET STUDENTS IN ROMANIA

Formation of entrepreneurial competences among VET students - within the context of the EU 2020 Strategy implementation-is a key objective in IVET, according to a 2017 report of CNDIPT. The same document states that all the qualifications include learning outcomes (specific to each qualification level) which have as main aim the 'creation of the premises to entrepreneurial competences formation', such as communication in a foreign language, critical thinking and problem solving, interpersonal relationships management, PC use and information management, professional career development, numerical data processing, business initiation and team work.

Entrepreneurial education-related disciplines are embedded into the curriculum within IVET – such as civic/entrepreneurial education (1 h/week during the first year of professional training-9th grade), applied economy and entrepreneurial education (1h/week for the 3rd year of study, 2 hours for economic/commerce related specializations), entrepreneurial education (12th grade, upper secondary level – technological high school).

One of the most popular methods for entrepreneurial competences development is represented by

'practice enterprise', a concept initially introduced in Romania since 2001 – as an interactive way to develop initiative and entrepreneurial spirit, while making use of an inter-disciplinary approach. The equivalent concept is applied with university system, as 'simulated enterprise'.

During 3 hours of training/week, the students can practice their business negotiation skills, marketing strategy development, financing and planning. However, all the transactions, including payments, are virtual, no real money involved.

Since 2006, this method has been introduced into the national curriculum, being accessible to all the technical schools/high-schools with 'services' qualification profiles. In 2017, a number of 1225 of exercise firms were active, in 270 schools from 230 localities.

The 'practice enterprise' method is accessible to the students in the last 2 years of training within a technological high-school with 'services' profile (yet unavailable for those in technological/professional schools or with other profiles).

Setting up a practice enterprise is a relatively easy procedure, involving filling in an online form through the ROCT website (Centrala Rețelei Firmelor de Exercițiu/Întreprinderilor Simulate din Romania) which is also a department of CNDIPT. Also, active practice enterprises can take part into national and international events and fairs (e.g. 2019 Youth Business Summit New York, NY).

Another strong actor in the field of entrepreneurial education (although not necessarily focused on IVET only – therefore no specific data available in their reports-but on all pre-university levels – and therefore also involving VET schools) is represented by Junior Achievement Romania (a member of JA Worldwide), reaching a total number of 4000 teachers and a quarter of a million students every year through their programs. They provide free training materials, consultancy, certificates – on different levels of school education – and subjects – including financial and entrepreneurial education.

Implementation of a JA program within the school is on a volunteering basis, depending on a coordinating teacher. As in the case of 'exercise firm', these types of programs are more popular among high-school students rather than to those in 3 years professional trainings.

More VET-oriented projects implemented by JA Romania are – *national:* Agribusiness in schools, Professional Success in Food Sector, Digital Professions, and *international:* Innovation based entrepreneurship within the raw materials sector, Enterprise without Borders (financially sustained by FedEx).

An interesting opportunity provided by JA Romani and also accessible for the students within VET high schools is represented by the Entrepreneurial Skills Pass – The European Certificate for Entrepreneurial Competences – a certification which is recognized within 6 states and supported by top companies. Such a certification can be obtained by the students which have carried out a practical activity within the field of entrepreneurship – through the JA educational programme

'Mini-company'.

'It's My Future' Erasmus+ project implemented by JA Romania produced another series of free online resources for entrepreneurial education which can be used by VET students as well.

On the other hand, a variety of trans-regional, regional, local and institutional initiatives are being implemented or have been already and produced useful resources.

E.g. the inter-regional project for the 'Development of active employment measures, stimulation of entrepreneurship initiative of individuals and labor market placement in South East, North East, South Muntenia and Bucharest Ilfov regions' was implemented by the County Agency for Employment (CAE) in Bacău – in 2015 – aiming to improve transition from school to labor market by equipping VET graduates with career and entrepreneurship skills.

Other entrepreneurship opportunities (including training and micro-grants for start-up) are implemented by various organisms in each county/region– most often by the Chambers of Commerce. Although they are not exclusively addressed to IVET graduates – they are open to them as well as to any other recent graduate. For example, The Chamber of Commerce and Industry from Neamt County is implementing, between 2018 and 2021 the SUCCESS+ Project (under the Operational Programme Human Capital) – aiming to encourage entrepreneurship and self-employment – through creating 43 new companies and training 350 people.

Business incubators are also available (although more popular among tertiary level students). As in other cases, they are not exclusively dedicated to the VET sector students but accessible to them as well.

Individual and institutional initiatives are also present – e.g. extracurricular/optional training courses on entrepreneurship for IVET students, developed by teachers as an outcome from their participation in international mobilities (e.g. Erasmus+ KA1 mobility projects for school staff). Those individuals volunteer to deliver those courses to their students as complimentary activities.

The national education strategy foresees for the immediately following period a series of measures aimed at improving the access to entrepreneurship education for IVET students through extending the learning methods aimed at developing entrepreneurial competences, organizing competitions and fairs at regional, national and international levels, and developing the concept of entrepreneurial high - school.

D. SHORT DESCRIPTION OF SPECIFIC EXAMPLES FROM ROMANIA CARdio drive

"CARdio drive" is a project developed by the students from Colegiului Tehnic „Grivița" – Bucharest, supported by Politehnica University from Bucharest, and also guided and instructed by a team from JA Romania on how to develop a business plan and promote the product to the potential clients. The product they have developed is an electronic device which monitors driver's

pulse and oxygen saturation and is able to safely stop the car and signal the emergency situation – into the context of the large number of accidents due to driver's loss of consciousness caused by cardio-vascular disease. The students and their invention received multiple awards at national and international competitions such as „Skills for the Future", and they are now continuing collaboration with JA Romania and Hyundai Motors.

Idee-exe.ro (Idea for a Knowledge-Based Society)

This trans-national project has been implemented by the Institute for the Development of Educational Assessment in partnership with SIGMA Publishing House and „EXE – Expertiza pentru o societate bazata pe cunoastere".

The project involved 2 development regions and it had as a target group a number of 700 ISCED 3 IVET students and setting up 70 'practice enterprises'. Although the project has been implemented under the POSDRU program, it is still sustainable and continues to produce results. It also produced a useful free online training on how to set-up an run a practice enterprise.

The educational business incubator JA Bizz Factory.

Implemented by JA Romania, it is open to secondary and tertiary level students for a wide range of fields, from agribusiness to engineering. The participants benefit from consultancy (blended-learning type) from real business specialists.

LIST OF REFERENCES

Training on Entrepreneurial Skills for EU Start-ups, Erasmus+ 2018-1-RO01-KA202-049281, http://teseusproject.eu/

Entrepreneruship in Romania Country Report 2014, Retrieved from https://www.gemconsortium.org/report

Romania: VET in Europe: Country Report 2016, Retrieved from (http://www.cedefop.europa.eu/en/publications-and-resources/country-reports/romania-vet-europe-country-report-2016)

EURYDICE REPORT Entrepreneurship Education at School in Europe, Retrieved from https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/74a7d356-dc53-11e5-8fea-01aa75ed71a1

CNDIPT, 2017 The Year of IVET - Report and Perspectives, Retrieved from http://www.alegetidrumul.ro/uploads/2017_Anul_invatamantului_PT2.pdf

CNDIPT, Success Stories in Professional and Technical Training, Retrieved from http://www.alegetidrumul.ro/uploads/povesti-de-succes-2018.pdf

CNDIPT, Good Practices in IVET, Retrieved from http://www.alegetidrumul.ro/uploads/Ghid_de_bune_practici_institutionale.pdf

Centrala Reţelei Firmelor de Exerciţiu/Întreprinderilor Simulate din România (ROCT), Retrieved from http://www.roct.ro/firme-de-exercitiu/concept/

Institutul de cercetare a calității vieții, învățământul profesional și ethnic, Provocări și perspective de dezvoltare – Public Policy Report, 2018, Retrieved from https://www.taraluiandrei.ro/docs/raport-politica-publica/Raport%20de%20politica%20publica_2018.pdf

JA BizzFactory, Retrieved from https://start-up.ro/peste-150-de-startup-uri-in-incubatorul-educational-ja-bizzfactory/

Success+ Project, retrieved from https://antreprenoriatdesucces.ro/ JA Romania Factbook, Retrieved https://www.jaromania.org/uploads/factbook-2018.pdf https://www.jaromania.org/uploads/brosura-programe-ja.pdf

Impact Hub, Barometrul Startup-urilor din Romania, 2017 https://www.juridice.ro/wp-content/uploads/2017/12/EY_Barometrul-startup-urilor-din-Romania_2017.pdf

Idea for a Knowledge-Based Society Project Website http://idee-exe.ro/ce-este-firma-de-exercitiu/

Strategia educaţiei şi formării profesionale din România pentru perioada 2016-2020

https://www.edu.ro/sites/default/files/fisiere%20articole/HG_317-2016_Strategia%20educa%C5%A3iei%20%C5%9Fi%20form%C4%83rii%20profesionale%20din%20Ro m%C3%A2nia%20pentru%20perioada%202016-2020.pdf

JA Romania Factbook (Romanian language) https://www.jaromania.org/uploads/factbook-2018.pdf

Idea for a Knowledge-Based Society Project Website (Romanian language) http://idee-exe.ro/ce-este-firma-de-exercitiu/